

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan judul yang telah kami susun rancangan penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni menggunakan penelitian kuantitatif yakni penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik.<sup>1</sup>

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain<sup>2</sup>. Dalam penelitian asosiatif, setidaknya ada dua variabel yang diteliti, yaitu:

- 1) Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhinya variabel dependent. Atau bisa diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain. Variabel ini menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian<sup>3</sup>. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah kemudahan.
- 2) Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independent. Atau bisa diartikan sebagai variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel

---

<sup>1</sup> Ridwan dan Tita lestari, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 1992), 2

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2001), 7

<sup>3</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), 57

ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian<sup>4</sup>. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas pelanggan.

## **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini mengambil tempat penelitian di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.

## **C. Populasi dan Sampel**

### 1) Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan<sup>5</sup>. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah santri putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri yang menggunakan pembalut waita Charm yang memilih kemudahan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang berjumlah 45 santri.

### 2) Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian yang nanti kesimpulan dari penelitian tersebut berlaku untuk populasi.<sup>6</sup> Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan

---

<sup>4</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), 57

<sup>5</sup> Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Metodologi Penelitian Keuangan: Prosedur, Ide dan Kontrol cet. 1* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 18.

<sup>6</sup> Andra Tersiana, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Start Up, 2018), 77

untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).<sup>7</sup> Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 45 responden dengan alasan karena populasinya kurang dari 100 sesuai dengan teori Suharsimi Arikunto yaitu jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10 – 15% atau 20 – 25%.<sup>8</sup>

Pertimbangan tertentu itu misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Dalam penelitian ini pertimbangan itu meliputi:

- a) Merupakan santri putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.
- b) Merupakan pelanggan pembalut wanita Charm yang melihat dari faktor kemudahan.

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 45 santri putri yang menggunakan produk pembalut wanita Charm, maka besarnya sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 45 sampel dari jumlah faktor kemudahan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel adalah suatu sifat dapat memiliki bermacam-macam nilai, atau sering kali diartikan sebagai simbol yang padanya kita dapat meletakkan

---

<sup>7</sup>Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), 161.

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 112.

bilangan atau nilai.<sup>9</sup> Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

- 1) Variabel Bebas (Independent variable) atau variabel X adalah variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya Variabel bebas yang diteliti meliputi:

(X) : Kemudahan

- 2) Variabel Terikat (Dependent variable) atau Y adalah variabel (akibat) yang dipradugakan, yang bervariasi mengikuti perubahan dari variabel-variabel bebas. Umumnya merupakan kondisi yang ingin kita ungkap dan jelaskan.<sup>10</sup> Variabel terikat yang diteliti yaitu:

(Y) : Loyalitas Pelanggan

## E. Definisi Operasional

- 1) Kemudahan

Kemudahan (*Choice Reduction and Habit*) menurut zikmund<sup>11</sup> ialah jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.

- 2) Loyalitas Pelanggan

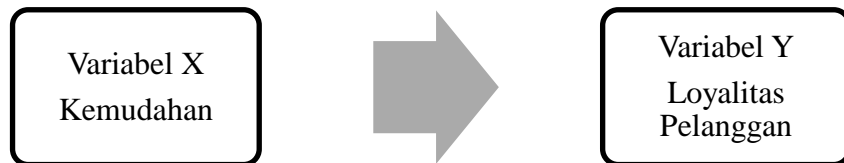
Loyalitas ialah kesetiaan seseorang dalam jangka waktu lama, dimana mereka melakukan pembelian secara teratur dan perilaku pembelian tidak dilakukan dengan mengacak (*non random*) beberapa

<sup>9</sup> Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 60

<sup>10</sup> Ibid., 61-64

<sup>11</sup> Vanessa Gaffar, *CMR dan MPR Hotel*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 72

unit keputusan. Selain itu karakteristik dari pelanggan yang loyal ialah seseorang yang kebal terhadap daya tarik produk lain dan selalu memberikan masukan terhadap perusahaan.<sup>12</sup>



**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel X**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Deskripsi Indikator Variabel</b>
Kemudahan	Efisiensi Waktu	Produk yang dicari lebih mudah untuk didapatkan diberbagai tempat (toko).
	Kemudahan Melakukan Transaksi	Dapat melakukan transaksi di toko manapun karena banyak yang menjual produk tersebut.
	Penggunaan yang Fleksibel	Produk yang digunakan dapat dibawa kemanapun karena bentuknya yang tidak menyimpan banyak ruang.

Sumber: Indikator Kemudahan menurut Nainggola

<sup>12</sup> Vanessa Gaffar, *CMR dan MPR Hotel*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 71

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel Y**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Deskripsi Indikator Variabel</b>
Loyalitas Pelanggan	Kebiasaan Transaksi	Seberapa sering pelanggan melakukan atau menggunakan produk.
	Pembelian Ulang	Kemauan pelanggan untuk melakukan transaksi lagi secara teratur
	Rekomendasi	Komunikasi secara lisan mengenai pengalaman pelanggan kepada orang lain dengan harapan orang tersebut mau untuk mengikutinya.
	Komitmen	Kemauan pelanggan untuk tetap menggunakan produk tersebut dan enggan menggunakan produk lain

Sumber: Indikator Loyalitas Pelanggan menurut Sulistyani

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.<sup>13</sup> Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Kuisisioner dengan membagikan angket kepada responden. Teknik Kuisisioner dengan menggunakan angket merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.<sup>14</sup> Metode ini digunakan untuk menggali informasi tentang Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Pembalut Wanita Charm Pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.

<sup>13</sup> Rully Indrawan dan R.Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*, (Bandung: PT. Rafika Aditama,2014), 112

<sup>14</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), 123

## G. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi dua yaitu:

### 1) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui pengukuran langsung, kuisisioner, kelompok panel.<sup>15</sup> Kuisisioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Data primer dari penelitian ini yaitu kuesioner yang diisi oleh santri putri Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.

### 2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang telah dipublikasikan atau tidak dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan di olah oleh pihak lain.<sup>16</sup> Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca literatur, buku, artikel, jurnal, website, dan skripsi maupun tesis penelitian sebelumnya.

## H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara

---

<sup>15</sup> Andra Tersiana, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Start Up, 2018), 75

<sup>16</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), 114

yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel).<sup>17</sup> Dalam penelitian ini, metode angket diberikan kepada santri putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri dalam rangka menggali data tentang pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

- 1) Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X) kemudahan.
- 2) Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (Y) loyalitas pelanggan.

## **I. Analisis Data**

### 1) *Editing*

Sebelum pengumpulan data dilakukan, peneliti sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan dalam praktiknya, hasil kuesioner yang masuk dari responden masih banyak mendapatkan kesalahan. Oleh karena itu, *editing* diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan.

### 2) *Coding*

*Coding* atau memberi tanda kode terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah waktu mengadakan tabulasi dan analisa. Tambahan lagi jika pertanyaan terdiri dari beberapa item dan jumlah kuesioner yang banyak serta variabel

---

<sup>17</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 22



yang satu dengan yang lainnya memerlukan kode dan tanda-tanda tertentu seperti analisa dengan menggunakan komputer, maka hal pengkodean ini sangat diperlukan. Dalam penelitian ini, pengkodean dilakukan pada kedua variabel, yaitu variabel Kemudahan dan Loyalitas Pelanggan.

a. Variabel bebas diberi kode :

(X) : Kemudahan

b. Variabel terikat diberi kode :

(Y) : Loyalitas Pelanggan

### 3) *Scoring*

*Scoring* adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan) sebagai berikut:

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STJ)	1

### 4) *Tabulating*

*Tabulating* data adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberikan kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara yang teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan seberapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam suatu kategori.

## 5) *Processing*

Processing yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.<sup>18</sup> Pada tahap ini yang digunakan merupakan analisis statistik sebagai berikut ini:

### a) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### i. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi, begitu pula sebaliknya instrumen yang kurang valid mempunyai validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang sesuai tujuan, mengungkapkan data dari variabel yang diteliti dengan tepat.<sup>19</sup> Uji validitas merupakan prosedur pengujian untuk mengetahui apakah instrumen dapat mengukur dengan baik atau tidak.<sup>20</sup>

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan  $r$  tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dalam uji validitas. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 184

<sup>19</sup> Andra Tersiana, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Start Up, 2018), hlm. 96-97

<sup>20</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 168

<sup>21</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1999), 135.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas konstruksi dengan rumus *Pearson (product moment)* dari Pearson dengan angka kasar, yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi *pearson product moment*

x = skor setiap pertanyaan atau item

y = skor total

n = jumlah responden

## ii. Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukpada pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.<sup>22</sup> Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal dapat dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.<sup>23</sup> Pengujian relaibitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Andra Tersiana, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Start Up, 2018), 98

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode pPenelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2011), 130

<sup>24</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97

- a. Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- b. Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- c. Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliabel
- e. Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel

iii. Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data angket. Analisis deskriptif akan menunjukkan nilai sampel, mean, standar deviasi.

b) Uji Asumsi Klasik

i. Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara periode  $t$  dengan periode *cros section* sebelumnya ( $t-1$ ). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jika tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan observasi sebelumnya.

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtur waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam penelitian ini dengan menggunakan

*Durbin-Watson*. Secara garis besar tolak ukur untuk menyimpulkan adanya autokorelasi atau tidak adakah sebagai berikut:

- a) Jika DW lebih kecil dari  $d_l$  atau lebih besar dari  $(4-d_l)$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b) Jika DW terletak antara  $d_u$  dan  $(4-d_u)$ , maka  $H_0$  diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Jika DW terletak antara  $d_l$  dan  $d_u$  atau antara  $(4-d_u)$  dan  $(4-d_l)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

## ii. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Dan cara menganalisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Dengan melihat titik-titik pola, jika pola teratur maka terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika terdapat pola yang tidak jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 10 pada sumbu Y, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Saut Samuel Marrezeki, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Raya Futsal (Studi Pada Lapangan Raya Futsal*, (Skripsi: Universitas Lampung, 2016).

### iii. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi,<sup>26</sup> variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik Parametrik Kolmogrov Smirnov(K-S). Jika nilai K-S tidak signifikan pada (0,05) dengan kata lain residual berdistribusi normal. Uji normalitas dapat diketahui dengan mengamati histogram masing-masing variabel dan dengan melihat tingkat kecondongan yang merupakan selisih antara rata-rata dari nilai tengah. Hal ini menunjukkan simetri tidaknya distribusi data.

### c) Korelasi

Analisis korelasi yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel yang diteliti. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian adalah korelasi *product moment pearson* yaitu untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antara dua variabel. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ). Adapun rumus dari koefisien korelasi tersebut adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Ibid., 105

<sup>27</sup> Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 67.

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

$n$  = banyaknya pasangan data X dan Y

$\sum x$  = total jumlah dari variabel X (kemudahan)

$\sum y$  = total jumlah dari variabel Y (loyalitas pelanggan)

$\sum x^2$  = kuadrat dari total jumlah variabel X

$\sum y^2$  = kuadrat dari total jumlah variabel Y

$\sum xy$  = hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan variabel Y

Korelasi PPM dilambangkan dengan ( $r$ ) dengan ketentuan nilai  $r$  tidak lebih dari harga ( $-1 \leq r \leq +1$ ). Apabila nilai  $r = -1$  artinya korelasinya negatif sempurna;  $r = 0$  artinya tidak ada korelasi; dan  $r = 1$  berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga  $r$  akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut:<sup>28</sup>

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi Koefisien Nilai r**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

d) Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, adapun rumusnya :

<sup>28</sup>Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 68

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

- Y = variabel terikat  
 X = variabel bebas  
 a = nilai konstanta  
 b = koefisien regresi dari variabel terikat

Langkah membuat persamaan regresi linier sederhana:

- 1) Membuat tabel penolong.
- 2) Mencari nilai konstanta a dan konstanta b.

Rumus :<sup>29</sup>

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

- 3) Membuat persamaan regresi dengan rumus :  $Y = a + bx$
- e) Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan tingkat signifikansi  $\alpha=5\%$  atau 0,05 ukuran standart yang sering digunakan dalam penelitian.
- 2) Menentukan t hitung

$$t_{hitung} = \frac{b}{Sb}$$

---

<sup>29</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66



Keterangan :

$b$  = koefisien regresi

$S_b$  = *standart error of regression*

3) Kriteria pengujian

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$  jadi  $H_0$  diterima

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$  jadi  $H_0$  ditolak<sup>30</sup>

f) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R$ ) bertujuan mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.<sup>31</sup> Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel  $X$  (kemudahan) dalam menjelaskan variabel terikat  $Y$  (loyalitas pelanggan). Kriteria pengujian  $R^2 = 0$ , artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat. Rumus dari koefisien determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$R^2$  = koefisien determinasi

$r$  = nilai koefisien korelasi

<sup>30</sup>Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: ALFABETA, 2007), 194

<sup>31</sup>Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS ...*, 79.