

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Berdasarkan dari judul yang ada, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>40</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Go-Ride dalam aplikasi Go-Jek. Peneliti menggunakan analisis korelasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan dua variabel, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) dan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

Adapun variabel-variabel yang dilibatkan data penelitian ini adalah:

1. Kepercayaan Konsumen sebagai variabel bebas (X).
2. Loyalitas Konsumen sebagai variabel (Y).

---

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 7-8.

## B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Institut Agama Islam Negeri Kediri yang beralamat di Jl. Sunan Ampel No. 07, Ngronggo, Kota Kediri, Jawa Timur.

## C. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel masing-masing variabel adalah :

### a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kepercayaan (X). Menurut Zikmund Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah produk untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.<sup>41</sup>

Indikator kepercayaan antara lain :<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup>Vanessa Gaffar, *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 71

<sup>42</sup>Bagus Dwi Setyawan, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening* (Skripsi Universitas Negeri: Semarang, 2013)

**Tabel 3.1****Definisi Operasional Variabel X (Kepercayaan)**

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator
Kepercayaan (X)	Kemampuan	Konsumen percaya bahwa layanan <i>go-ride</i> Gojek mampu mengatasi permasalahan ketika tidak membawa atau memiliki kendaraan untuk berpergian ke suatu tujuan
	Kebaikan	Jasa transportasi online yang dirasa baik untuk digunakan saat berpergian
	Integritas	Konsumen percaya bahwa layanan <i>go-ride</i> Gojek menciptakan keamanan saat berkendara dan sampai pada tujuan

Sumber: Indikator Kepercayaan menurut Bagus Dwi Setyawan (2013)

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>43</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah Loyalitas Konsumen. Menurut Tjiptono Loyalitas adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau jasa yang diminati secara konsisten dimasa yang akan datang.<sup>44</sup>

<sup>43</sup> Sugiono, *Metodologi penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), hlm. 59.

<sup>44</sup> Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Malang: Bayu Media, 2006), hlm. 387.

Indikator Loyaitas Konsumen antara lain:<sup>45</sup>

**Tabel 3.2**

**Defini Operasional Variabel Y (Loyalitas Konsumen)**

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator
Loyalitas (Y)	Melakukan pembelian berulang	Konsumen akan selalu menggunakan jasa layanan <i>go-ride</i> dalam aplikasi Gojek
	Tidak mudah terpengaruh dengan penawaran produk atau jasa lain	Konsumen tidak tergiur dengan penawaran jasa lain, dan tidak terpengaruh akan adanya hal negatif yang menimpa layanan <i>go-ride</i> dalam aplikasi Gojek
	Menarik pelanggan baru untuk perusahaan	Konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut untuk mempromosikan layanan <i>go-ride</i> dalam aplikasi Gojek

Sumber: Indikator Loyalitas Konsumen menurut Aris Irnandha (2017)

**D. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian atau seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan.<sup>46</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015 yang aktif adalah 492.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari jumlah populasi yang diteliti dengan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>47</sup> Berdasarkan penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pemilihan sampel *purposive sampling*. Teknik ini dipilih dengan tujuan sampel yang diambil dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan. *Purposive*

<sup>45</sup> Aris Irnandha, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat*, (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016)

<sup>46</sup> Asrof Syafi'i, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: Elkap, 2005), hlm. 133.

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 116.

*sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti jika peneliti memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya.<sup>48</sup>

Kriteria mahasiswa menjadi sampel penelitian ini adalah masih aktif sebagai mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2015, menggunakan aplikasi Go-Jek, dan telah menggunakan layanan jasa Go-Ride dalam aplikasi Go-Jek dari dua kali atau lebih dalam satu bulan. Berikut rincian populasi dan sampel yang akan peneliti gunakan:

**Tabel 3.3**  
**Jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2015 yang Memakai Transportasi Online**

Memakai Aplikasi Go-Jek	239
Memakai Aplikasi Lainnya	79
Tidak Memakai Aplikasi	27
Mahasiswa yang Tidak Merespon	147
<b>Total Mahasiswa</b>	<b>492</b>

Sumber: Data Observasi Pada Tanggal 29 Mei 2019

**Tabel 3.4**  
**Jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2015 yang Memakai Aplikasi Gojek**

Pemakaian layanan Go-Ride dari dua kali atau lebih dalam satu bulan	138
Pemakaian layanan Go-Ride kurang dari dua kali dalam satu bulan	35
Pemakain jenis layanan lainnya	66
<b>Jumlah Mahasiswa Pemakai Aplikasi Go-Jek</b>	<b>239</b>

Sumber: Data Observasi Pada Tanggal 29 Mei 2019

<sup>48</sup> Asrof Syafi'i, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, hlm. 137.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa populasi jumlah mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2015 yang memakai layanan Go-Ride dalam dua kali atau lebih selama satu bulan berjumlah 138 mahasiswa. Kemudian dari populasi tersebut untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin<sup>49</sup>, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = *sampling error* (5%)

Berdasarkan survei diketahui jumlah populasi jumlah N = 138. Didalam pemilihan sampel digunakan tingkat kesalahan 5% dari data yang ada, maka dibuatlah perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{138}{1+138 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{138}{1,345}$$

$$n = 102$$

Jadi, jumlah sampel yang diambil sebanyak 102 responden dan dianggap mewakili populasi yang ada.

---

<sup>49</sup> Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia, 2005), 108.

## E. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Sumber yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya.<sup>50</sup> Data primer dalam penelitian ini berupa data mengenai gambaran umum responden, penilaian umum responden mengenai kepercayaan dan loyalitas konsumen layanan jasa Go-Ride dalam aplikasi Go-Jek.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini, misalnya data tentang sejarah lembaga, lokasi, struktur organisasi, jumlah mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015, dan data-data yang berkaitan dengan pokok bahasan dalam penelitian dan sudah ada di lembaga.<sup>51</sup>

## F. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang diinginkan adalah sebagai berikut:

### 1. Observasi

Metode observasi ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang di teliti untuk mendapatkan hasil dan melengkapi data yang

---

<sup>50</sup> Supramono dan Sugiarto, *Statistika* (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), hlm. 58.

<sup>51</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 122.

diinginkan. Sehingga lembaga tidak memberikan data fiktif mengenai kondisi pada saat itu. Dengan cara observasi ini diharapkan data yang didapat sesuai dengan keadaan sesungguhnya.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan yang diwawancarai. Adapun jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara tak berstruktur, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

## 3. Angket (Kuisoner)

Metode angket (Kuisoner) adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pertanyaan.<sup>52</sup> Berfungsi untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan yang telah disediakan kepada responden yang sudah tertera alternatif jawaban.

Dalam metode ini peneliti menggunakan angket terstruktur (*structure cuestionnaire*) yaitu jawaban yang diajukan sudah disediakan oleh peneliti. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa jawaban atas rumusan masalah, yaitu:

---

<sup>52</sup> Limas Dodi, *Metodologi Penelitian Scince Methods; Metode Tradisional dan Natural Setting, berikut Tehnik Penulisannya* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), hlm. 59.



- a. Kepercayaan mahasiswa dalam menggunakan layanan jasa Go-Ride dalam aplikasi Go-Jek.
  - b. Loyalitas mahasiswa terhadap layanan jasa Go-Ride dalam aplikasi Go-Jek.
  - c. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas mahasiswa pada layanan jasa Go-Ride dalam aplikasi Go-Jek.
4. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk objek.<sup>53</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai:

- a) Segala hal yang terkait dengan Go-Jek
- b) Jumlah mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015.

Data mengenai Go-jek diperoleh melalui *website* resmi PT. Go-jek Indonesia. Sedangkan untuk data mengenai mahasiswa diperoleh secara langsung oleh peneliti dari kantor jurusan tersebut.

### **G. Analisis Data**

Analisis data adalah proses pelecakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat diproseskan semuanya

---

<sup>53</sup> Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), hlm. 69.

kepada orang lain.<sup>54</sup> Analisis data dilakukan apabila data-data yang diperlukan telah terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisa *korelasi product moment* dan analisa regresi dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 21. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah<sup>55</sup>:

1. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, an sebagainya. Pekerjaan mengkoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut *editing*. Jawaban yang didapat dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain-lain.

2. *Coding* (Pembuatan Kode)

Proses berikutnya adalah *Coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap dan yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan kategori adalah penggolongan data

---

<sup>54</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 103.

<sup>55</sup> Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Faklitas Ekonomi UII, 2006), hlm. 81.

yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing. Dalam penelitian ini *Coding* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu kepercayaan (X)
- b. Untuk variabel kedua, yaitu Loyalitas konsumen (Y)

### 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 pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan).<sup>56</sup>

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut :

- |  |     |
|--|-----|
| a. Sangat Setuju (SS) bobot nilai        | : 5 |
| b. Setuju (S) bobot nilai                | : 4 |
| c. Netral (N) bobot nilai                | : 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) bobot nilai         | : 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) bobot nilai | : 1 |

Sedangkan penentuan skor untuk pernyataan negatif sebagai berikut :

- |  |     |
|--|-----|
| a. Sangat Setuju (SS) bobot nilai        | : 1 |
| b. Setuju (S) bobot nilai                | : 2 |
| c. Netral (N) bobot nilai                | : 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) bobot nilai         | : 4 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) bobot nilai | : 5 |

### 4. *Tabulasi* (Penyusun Tabel )

---

<sup>56</sup>Marzuki, *Metodologi Riset*, 83

*Tabulasi* adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam peristiwa.

#### 5. *Processing* (Proses)

*Processing* adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.<sup>57</sup> Pada tahap peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 21 dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

##### a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi *Product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS 21.<sup>58</sup>

##### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

Pengujian Reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 21.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Bambang Prsetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 171.

<sup>58</sup> *Ibid*, hlm. 172

<sup>59</sup> *Ibidi*, hlm. 172

c. Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kepercayaan produk dan tingkat loyalitas konsumen terhadap layanan Go-Ride

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui ada tau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolonieritas, yaitu ada hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolonieritas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan, diantaranya:

- 1) Dengan menggunakan *nilai inflation*(VIF) pada model regresi.
- 2) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak (R)
- 3) Dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*.

Pada penambahan ini akan dilakukan uji multikolonieritas dengan melihat *nilai inflation*(VIF) pada model regresi. Menurut Santoso, pada umumnya jika VIF lebih

besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai personal multikolonieritas dengan variabel bebas lainnya.<sup>60</sup>

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual ada satu pengamatan dengan pengamatan pada model regresi.<sup>61</sup> Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat auto korelasi.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak auto korelasi.
- 3) Jika  $d$  terletak anatara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai  $dU$  dan  $dL$  dapat diperoleh table statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu terjadinya perbedaan varian residual

---

<sup>60</sup> Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 68.

<sup>61</sup> *Ibid.*

suatu periode pengamatan yang lain.<sup>62</sup> Cara untuk memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas, dibawah atau sekitar 0.
- 2) Titik-titik data mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik dan tidak terpola.

e. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan mengikuti distribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Kriteria uji normalitas adalah apabila nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal dan apabila sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), hlm. 180.

<sup>63</sup> V. Wiratama, *Belajar Mudah SPSS* (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), hlm. 187.

f. Analisis Korelasi

Korelasi *Pearson Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel tak bebas (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.<sup>64</sup>

Langkah-langkah untuk menentukan nilai korelasi (r) sebagai berikut:

1. Membuat tabel penolong
2. Menghitung nilai r

Rumus :

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

*Keterangan:*

- r : Korelasi PPM  
 n : Jumlah sampel  
 x : Variabel bebas (Kepercayaan)  
 y : variabel terikat (Loyalitas konsumen)

---

<sup>64</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2006), 197.



**Tabel 3.5**  
**Intepretasi nilai r *Product Moment***

Besarnya “r” <i>product moment</i>	Interpretasi
0,00-0,19	Antara variabel X dan Y memang terdapat hubungan, tapi sangat lemah sekali sehingga korelasi ini dabaikan dan dianggap tidak ada korelasinya.
0,20-0,39	Antara variabel X dan Y memang terdapat hubungan yang lemah atau rendah.
0,40-0,69	Antara variabel X dan Y memang terdapat hubungan yang sedang atau cukupan
0,70-0,89	Antara variabel X dan Y memang terdapat hubungan yang tinggi
0,90-1,00	Antara variabel X dan Y memang terdapat hubungan yang sangat tinggi

g. Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus yang digunakan:<sup>65</sup>

$$Y = a + Bx + e$$

Keterangan : Y = Variabel terikat (loualitas konsumen)

A = Konstanta

X = Variabel bebas (tingkat kepuasan konsumen)

B = Koefisien regresi

E = Error item

<sup>65</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 275.

#### h. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara persial terhadap variabel terikat.<sup>66</sup>

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$  jadi H0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  jadi H0 ditolak

#### i. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau R square atau R Kuadrat bermakna sebagai pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y) atau dengan kata lain koefisien determinasi berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

---

<sup>66</sup>Bambang Prsetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 174.