

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif, artinya pendekatan yang berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan beserta pemecahan yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan.¹

Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.² Sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono, penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain³.

Pendekatan deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Sabun

¹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), 99.

² Ibid., 104.

³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 18.

Pembersih Wajah Pond's pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2018.

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.⁴ adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel ini juga disebut dengan variabel bebas yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbul atau berubahnya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen menurut Kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakannya dan diharapkannya.⁵ Menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, indikator kepuasan terdiri dari sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel X

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan konsumen (X)	1. Kesesuaian harapan.	Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 161.

⁵ Rangkuti, *Measuring Customer*, 24.

	2. Minat berkunjung kembali/minat melakukan pembelian ulang.	Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
	3. Kesiediaan merekomendasikan.	Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Sumber: Indikator kepuasan konsumen menurut Lina Sari Situmeang (2017).

2. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel ini disebut juga dengan variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan menurut Oliver adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.⁶ Menurut Griffin, indikator loyalitas pelanggan dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel Y

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator
Loyalitas Pelanggan (Y)	1. Melakukan pembelian secara teratur.	Melakukan pembelian ulang produk/ jasa.
	2. Membeli di luar lini produk/jasa.	Membeli produk/jasa pada perusahaan yang sama.

⁶ Hurriyati, *Bauran Pemasaran*.,129.

	3. Merekomendasikan produk lain.	Memberi rekomendasi atau mempromosikan produk kepada orang lain.
	4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.	Menunjukkan kekebalan (akan produk yang dimaksud) dalam persaingan.

Sumber: Indikator loyalitas pelanggan menurut Syarif Hidayatullah (2013)

C. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi obyek dalam penelitian ini adalah IAIN Kediri yang beralamatkan di Jl. Sunan Ampel Kota Kediri Jawa Timur, dimana IAIN Kediri merupakan salah satu Perguruan Tinggi Islam Negeri di wilayah Karesidenan Kediri.

D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Sugiyono memberikan pengertian bahwa: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan Riduwan dan Tita Lestari mengatakan bahwa “Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi obyek penelitian.”

Dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.⁷ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Perbankan Syariah IAIN

⁷ Riduwan, *Pengantar Stastistika*,6.

Kediri Angkatan 2018 yang memakai Sabun Pembersih Pond's dengan jumlah pemakaian lebih dari dua kali pemakaian dengan jumlah 63 mahasiswa.⁸

2. Sampel dan Teknik Sampling

Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa: "Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sedangkan Sugiyono memberikan pengertian bahwa: "Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.⁹

Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yang digunakan dengan menentukan kriteria khusus terhadap sampel, terutama orang-orang yang dianggap ahli.¹⁰ Adapun kriteria mahasiswa yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Perbankan Syariah IAIN Kediri angkatan 2018 baik laki-laki maupun perempuan, yang menggunakan sabun pembersih wajah Pond's lebih dari 2 kali pemakaian dalam satu tahun terakhir.

Arikunto mengemukakan bahwa dalam pengambilan sampel apabila jumlah subyek kurang dari 100 orang maka lebih baik jumlah itu diambil semua, akan tetapi apabila jumlah subyek lebih dari 100 orang maka dapat

⁸ Observasi, di Kampus IAIN Kediri, 11 Juni 2019.

⁹ Ibid.,8.

¹⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 135.

diambil antara 10%-15% atau 20%-25%.¹¹ Adapun sampel dalam penelitian ini dikarenakan populasi berjumlah kurang dari 100 orang, maka sampel yang diambil adalah seluruh mahasiswa prodi Perbankan Syariah angkatan 2018 yang menggunakan sabun pembersih wajah Pond's yang telah menggunakan lebih dari 2 kali pemakaian, yaitu berjumlah 63 mahasiswa.¹²

E. Sumber Data Penelitian

Data adalah bahan mentah yang akan menghasilkan informasi yang menunjukkan fakta dengan cara diolah, baik kualitatif ataupun kuantitatif yang menunjukkan fakta.¹³ Adapun dalam penelitian ini adalah menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.¹⁴ Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah: jumlah mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2018, jumlah penggunaan sabun pembersih wajah pada mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2018, data jumlah sabun pembelian sabun pembersih wajah Pond's dan data hasil kuesioner (angket).

Sedangkan yang dimaksud sumber data adalah subyek darimana data dapat diperoleh.¹⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu:

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 134.

¹² Observasi di Kampus IAIN Kediri, 11 Juni 2019.

¹³ Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, 20.

¹⁴ Sugiyono, *Statistik untuk Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 15.

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 15.

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebar kepada mahasiswa IAIN Kediri prodi Perbankan Syariah angkatan 2018.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber sumber kedua, biasanya dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu.¹⁶ Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, laporan-laporan penelitian terdahulu.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.¹⁷ Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Teknik Kuesioner

Kuesioner atau yang juga dikenal dengan angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya, dan harus diisi oleh responden.¹⁸ Adapun angket dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan sabun pembersih wajah Pond's pada mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2018.

¹⁶ Misbachuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Ed ke-2, Cet.2* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 21.

¹⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif.*, 38.

¹⁸ Maman Abdurrahman et.al, *Dasar-Dasar Metode Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 44.

2. Teknik dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan melihat catatan data yang dapat memberikan berbagai macam keterangan.¹⁹ Dalam hal ini peneliti mencari data dari Pusat Pelayanan Kampus (Kantor Akademik) IAIN Kediri, Kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri maupun dari internet.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.²⁰ Adapun dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pedoman Angket

Pedoman angket merupakan suatu lembaran yang berupa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden, biasanya dengan memberi tanda silang pada jawaban yang dipilih. Adapun angket ini digunakan sebagai alat untuk mengetahui kepuasan konsumen sabun pembersih wajah Pond's terhadap loyalitas pelanggan mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2018. Data yang diperoleh dari angket adalah:

- a. Kepuasan mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2018.
- b. Loyalitas mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2018.

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 78.

²⁰ Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, 37.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.²¹ Jawaban yang digunakan skala *likert* dalam penelitian ini adalah sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Untuk mengetahui kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan, dengan rentang penilaian sebagai berikut:

- 1) Sangat setuju : skor 5
- 2) Setuju : skor 4
- 3) Kurang Setuju : skor 3
- 4) Tidak setuju : skor 2
- 5) Sangat tidak setuju : skor 1

2. Pedoman Dokumentasi

Pedoman dokumentasi dalam penelitian ini adalah segala alat atau benda tertulis yang dapat memberikan atau menyimpan berbagai macam keterangan.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.²² Analisa dapat dilakukan apabila data-data yang diperlukan telah terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan

²¹ Ibid.,26.

²² Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian.*,103.

yang obyektif dan logis. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:²³

1. *Editing* (Membersihkan diri)

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya. Barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya. Pekerjaan mengoreksi 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* dan *Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pernyataan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu kepuasan konsumen (X).
- b. Untuk variabel kedua, yaitu loyalitas pelanggan (Y).

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban

²³ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2000), 81.

angket tiap subyek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan).

Penentuan skor untuk pernyataan adalah sebagai berikut:

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

4. *Tabulasi* (Penyusunan Tabel)

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)

Pocessing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.²⁴ Pada tahap ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 16 dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

²⁴ Prasetyo, *Metodologi Penelitian Kuantitaif* .,171.

Suatu instrumen baru dapat dipergunakan dalam penelitian bilamana telah dinyatakan valid. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan cara menguji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.²⁵

Pengambilan keputusan untuk menentukan item yang valid digunakan r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan N jumlah sampel yang diambil. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dikatakan valid. Akan tetapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dikatakan tidak valid dan harus dihapus.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Jadi suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut konsistensi dalam memberikan penilaian atas apa yang diukur.²⁶

Untuk mengetahui reliabilitas instrumen, peneliti berpedoman pada hasil *croanbroach alpha* yang digunakan untuk mengukur apakah item angket tersebut reliabel atau tidak dengan cara membandingkan nilai alpha (*croanbach alpha*) yang mana uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *croanbach alpha* $> 0,60$, maka instrumen tersebut

²⁵ Purbayu Budi dan Ashari, *Analisis Dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248.

²⁶ *Ibid.*,251.

dinyatakan reliabel dan jika $\alpha < 0,60$, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel dan harus diperbaiki lagi.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendekteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji statistik Uji *Kolmogorov Smirnov*.

Uji *Kolmogorov-Smirnov* merupakan uji normalitas yang umum digunakan karena dinilai lebih sederhana dan tidak menimbulkan banyak persepsi. Uji *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05. Untuk lebih sederhana, pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat profitabilitas dari *Kolmogorov-Smirnov Z* statistik. Jika profitabilitas Z statistik lebih kecil dari 0,05 maka nilai residual dalam suatu regresi tidak terdistribusi normal.²⁷

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS.21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 160.

2) Uji Autokorelasi

Menurut Makridakis sebagaimana yang dikutip oleh Wahid Sulaiman menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian Durbin-Watson (DW) dengan kemungkinan sebagai berikut:

- a) Jika dW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b) Jika dW terletak diantara dU dan $(4-dU)$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada korelasi.
- c) Jika dW terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.²⁸

3) Uji Heteroskedastisitas

Asumsi ini digunakan apabila variasi dari faktor pengganggu selalu sama pada data pengamatan yang satu terhadap pengamatan lainnya. Jika ini dapat terpenuhi, berarti variasi faktor pengganggu pada kelompok data tersebut bersifat homoskedastik. Jika asumsi ini tidak dapat dipenuhi maka dapat dikatakan terjadi penyimpangan. Penyimpangan ini terdapat beberapa faktor pengganggu yang disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yang homoskedastik dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

²⁸ Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya* (Yogyakarta: Andi, 1983), 89.

Kemudian menurut pandangan Bhuono untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas, terdapat beberapa cara diantaranya adalah:

- a) Dengan melihat grafik *sacatter-plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residunya (SRESID). Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat antara ZRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah yang diprediksi dan sumbu X adalah residunya.
- b) Dasar analisis, jika ada pola tertentu seperti titik yang membentuk suatu pola yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas yang secara titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya hal tersebut terbebas dari asumsi klasik heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam penelitian.²⁹

4) Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik adalah model regresi yang variabel-variabel bebasnya tidak memiliki korelasi yang tinggi atau bebas dari multikolinearitas. Deteksi adanya gejala multikolinearitas dengan menggunakan nilai *Variance Infaction Factor* (VIF) dan toleransi melalui SPSS. Model regresi yang bebas multikolinearitas memiliki nilai

²⁹ Agung Bhuono, *Strategi Jitu Memilih Statistik dengan Perangkat Lunak*(Yogyakarta: Andi, 2005), 62.

VIF dibawah 10 dan nilai toleransi diatas 0,1 dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Apabila memiliki nilai VIF (*Variance Infection Factor*) disekitar angka 1, (misal besarnya nilai VIF = 1,256).
- b) Mempunyai angkat tolerance mendekati 1, (misalnya nilai *tolerance* sebesar 0,678).
- c) Apabila korelasi kriteria tersebut dipenuhi, maka dinyatakan tidak ada problem multikolinearitas.

c. Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian dideskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan tingkat loyalitas pelanggan sabun pembersih wajah Pond's.

d. Analisis Korelasi *Product Moment* (Pearson)

Analisa korelasi dilakukan untuk mencari adakah hubungan antara variabel x dan y.³⁰ Untuk mencari koefisien korelasi *product momen pearson* digunakan rumus sebagai berikut:

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

³⁰ Ibid.,45.

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi *product moment*

n : Jumlah sampel

x : Variabel bebas

y : Variabel terikat

Untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel x dan variabel y , maka digunakan tabel di bawah ini:

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,299	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

e. Analisis Regresi Linear Sederhana

Setelah melakukan serangkaian uji instrumen diatas, maka data yang sudah dikumpulkan tersebut dianalisis dengan menggunakan metode regresi sederhana. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y : Variabel kriterium (Variabel Loyalitas Pelanggan)

X : Variabel *predicator* (Variabel Kepuasan)

a : Bilangan konstan

b : Koefisien arah regresi linier

Asumsi agar analisis regresi dapat digunakan adalah:

- 1) Variabel yang dicari hubungannya harus berdistribusi normal.
- 2) Variabel X tidak acak dan variabel Y harus acak.
- 3) Variabel yang dihubungkan mempunyai pasangan sama dari subyek yang sama pula.
- 4) Variabel yang dihubungkan mempunyai data interval atau rasio.³¹

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam *output* SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary*^b dan tertulis *R square*.

Nilai R^2 sebesar 1, berarti pengaruh variabel dependen seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel independen dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan pengaruh variabel dependen. Jika nilai R^2 berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dapat menjelaskan pengaruh variabel dependen.³²

Sedangkan untuk memberikan penafsiran koefisien determinasi (R^2) yang ditemukan besar atau kecil, akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r berikut:³³

³¹ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika* (Madiun: Bumi Aksara, 2004), 215.

³² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 46.

³³ Dominikus Dolet Unardjan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Universitas Atma Jaya, 2013), 202.

Tabel 3.3
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap
Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,00	Sangat kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat/ sedang
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat rendah

g. Uji Signifikansi (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil Uji t_{hitung} ini ada pada *output* perangkat lunak, dapat dilihat pada tabel *coefficient level of significance* yang digunakan sebesar 5% atau $(\alpha) = 0,05$. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Analisis ini juga dapat memberikan informasi tentang kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat r^2 nya. Variabel yang memenuhi r^2 terbesar adalah variabel independen yang mempunyai pengaruh dominan.³⁴

³⁴ Supardi, *Statistik* (Bandung: Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Gunung Jati, 1979), 20.