

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan angka statistik.³⁸

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan karena dalam penelitian ini peneliti harus langsung memperoleh data dari lapangan atau langsung dari objek yang diteliti.

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi objek penelitian terletak di Kaki Empat Pet Care, Jl. Tembus Kaliombo, Kelurahan Kaliombo, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Kaki Empat Pet Care yang menjadi anggota grub *Whatsapp* Kaki 4 - Cat Chapter.

3. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

³⁸Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996), 30.

kemudian ditarik kesimpulan.³⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah anggota grup *Whatsapp* Kaki 4 – Cat Chapter dengan jumlah 89 responden.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁴⁰

Menurut Suharsini Arikunto untuk menentukan jumlah sampel apabila populasi jumlahnya kurang dari 100, maka data dapat digunakan semua dan apabila jumlah populasi besar maka dapat di ambil sampel antara 10-15% atau 20-25%.⁴¹ Penelitian ini jumlah populasinya kurang dari 100 maka sampel yang digunakan semua yaitu 89 orang.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel (metode pengambilan sampel). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling*. Pemilihan sampel dengan metode *Probability Sampling* tidak dilakukan secara subjektif, dalam arti tidak didasarkan semata-mata pada keinginan peneliti, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan tertentu untuk terpilih sebagai sampel.⁴²

³⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 61.

⁴⁰ Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Akasara, 2003), 105.

⁴¹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rieka Cipta, 1998), 106

⁴² Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statiska* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), 116

4. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu sifat dapat memiliki bermacam-macam nilai, atau sering kali diartikan sebagai simbol yang padanya kita dapat meletakkan bilangan atau nilai.⁴³ Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

- a) Variabel Bebas (*Independent variable*) atau variabel X adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.

Variabel bebas yang diteliti yaitu:

(X1) : Kepercayaan

(X2) : Kepuasan Konsumen

- b) Variabel Terikat (*Dependent variable*) atau Y adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Umumnya merupakan kondisi yang ingin kita ungkap dan jelaskan.⁴⁴

Variabel terikat yang diteliti yaitu:

(Y) : Loyalitas Pelanggan

5. Definisi Operasional

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen menurut Oliver adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/ jasa terpilih dimasa yang

⁴³ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 60

⁴⁴ *Ibid.*, 39.

akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha- usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.⁴⁵

Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini diukur menggunakan 4 indikator menurut Kotler, Indikator Loyalitas Konsumen antara lain :⁴⁶

Tabel 3.1
Operasional Variabel Y (Loyalitas Konsumen)

Variabel	Indikator Variabel	Definisi Indikator
Loyalitas Konsumen (Y)	Pembelian Berulang	Keinginan kuat pelanggan untuk melakukan pembelian atau transaksi ulang produk/jasa pada perusahaan yang sama dimasa yang akan datang.
	<i>Word-of-mouth</i> (Dari Mulut Ke Mulut)	Pelanggan menceritakan kebaikan dan memberi rekomendasi perusahaan kepada orang lain.
	Sensitivitas Harga	Pelanggan tidak terpengaruh dengan tawaran harga yang lebih rendah dari pesaing atau menolak tawaran pesaing.
	Melakukan Keluhan	Perilaku pelanggan tanpa merasa canggung dan enggan menyampaikan komplain/keluhan kepada pihak perusahaan dimasa yang akan datang.

Sumber : Indikator Loyalitas Konsumen dalam skripsi Dessy Fitriani Wulandari, Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Air Minum Isi Ulang Depot Ishak Desa Lemo Bajo

⁴⁵ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 129.

⁴⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*, 18.

Kecamatan Wawolesea Kabupaten Konawe Utara, Universitas Halu Oleo, 2017

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

1) Kepercayaan (X_1)

Menurut Mowen dan Minor kepercayaan konsumen mengandung arti bahwa semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaatnya.⁴⁷ Pengukuran variabel kepercayaan dalam penelitian ini menggunakan indikator yang diadopsi dari Mayer *et al.*⁴⁸

Tabel 3.2
Operasional Variabel X_1 (Kepercayaan)

Variabel	Variabel Indikator	Diskripsi Indikator
Kepercayaan	Kemampuan (<i>Ability</i>)	Keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk memenuhi kebutuhannya
	Integritas (<i>Integrity</i>)	Seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen
	Kebaikan Hati (<i>Benevelonce</i>)	Seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. Benevelonce merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen

⁴⁷ Nurul Widyawati, "Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Zakiah Medan", *Ekuitas*, 1(Maret, 2008), 78.

⁴⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011), 237.

Sumber : Indikator Kepercayaan dalam skripsi Bayu Andika, Analisis Website *Quality, Trust, dan Loyalty* Pelanggan Lazada, Universitas Negeri Yogyakarta 2016

2) Kepuasan Konsumen (X_2)

Kepuasan pelanggan menurut Schiffman dan Kanuk merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya⁴⁹. Menurut Fandy Tjiptono, Indikator kepuasan konsumen antara lain :⁵⁰

Tabel 3.3
Operasional Variabel X_2 (Kepuasan Pelanggan)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan Konsumen	Kesesuaian Harapan	Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan pelanggan
	Minat Berkunjung Kembali	Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
	Kesediaan Merekomendasikan	Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah

⁴⁹ La Ode Almana, *Tata Kelola Perguruan Tinggi Berbasis Akreditasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 23.

⁵⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*, 101.

		dirasakan kepada teman atau keluarga.
--	--	---------------------------------------

Sumber : Indikator Loyalitas Konsumen dalam skripsi Dessy Fitriani Wulandari, Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Air Minum Isi Ulang Depot Ishak Desa Lemo Bajo Kecamatan Wawolesea Kabupaten Konawe Utara, Universitas Halu Oleo, 2017.

6. Teknik Pengumpulan Data

A. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer menurut Carl Mc Daniel dan Rogers Gates adalah data survei, pengamatan, atau eksperimen yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah tertentu yang diselidiki.⁵¹ Data primer berasal dari kuesioner yang telah disebar peneliti.

Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁵² Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga penelitian maupun dari laporan-laporan, buku-buku, media internet dan dokumentasi lain yang relevan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa data yang diperoleh secara langsung dari responden dalam

⁵¹ Carl McDaniel dan Rogers Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat,2001), 81.

⁵² Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: UPFE UMY,2003),61.

penelitian ini melalui kuesioner yang disebar kepada pelanggan berkaitan dengan variabel kepuasan dan kepercayaan pelanggan dan loyalitas konsumen dan data sekunder yang diterima dari Kaki Empat Pet Care kemudian mengolahnya.

B. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.⁵³

Dalam penelitian ini, metode angket diberikan kepada konsumen yang menjadi anggota grup *whatsapp* Kaki 4 – Cat Chapter untuk menggali data tentang pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen. Dalam metode ini peneliti menggunakan angket terstruktur yaitu pertanyaan yang diajukan sudah disediakan oleh peneliti. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa jawaban atas rumusan masalah.

b. Interview (wawancara)

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 142.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.⁵⁴

c. Observasi

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan suatu proses yang tersusun dari berbagai biologis dan psikologis.⁵⁵

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian pada Kaki Empat Pet Care. Teknik pengumpulan data observasi digunakan untuk memperoleh data proses jalannya pengisian angket.

7. Analisis Data

Metode ini dimaksudkan untuk mengolah data yang telah diperoleh yang terkumpul dan tersusun secara berurutan agar diperoleh data yang obyektif, melalui analisa statistik untuk menguji hipotesis. Adapun langkah-langkah analisa data sebagai berikut :

a. *Editing* (membersihkan data)

Data yang masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan akan pengisiannya, mungkin ada yang tidak

⁵⁴ Ibid., 137.

⁵⁵ Ibid., 145.

lengkap, tidak sesuai dan sebagainya. Kegiatan mengkoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut dengan editing.⁵⁶ Tujuan editing adalah jawaban yang didapatkan dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali.

b. *Coding dan Categoring*

Proses berikutnya adalah *coding* yakni memberi atau membuat kode-kode pada tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.⁵⁷ Kode adalah syarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka dan huruf-huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisa. Sedangkan untuk kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan ke dalam kategori variabelnya masing-masing.

c. *Scoring*

Pemberian skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Pemberian pengukuran skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert (rating scale)*. skala *Likert (rating scale)* menunjukkan pada suatu pertanyaan mengenai tingkat kesetujuan atau ketidak setujuan yaitu dengan memberikan skala pada masing-masing poin jawaban.⁵⁸ Dalam penelitian ini pemberian skor sebagai berikut :

- 1) Untuk jawaban sangat setuju diberi skor 5

⁵⁶ Marnaki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penelitian Fakultas Ekonomi UII, 1996), 81.

⁵⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 24.

⁵⁸ Florensus Pureklolong, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Sipink Tatto Studio Yogyakarta)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017), 36.

- 2) Untuk jawaban setuju diberi skor 4
 - 3) Untuk jawaban ragu- ragu diberi skor 3
 - 4) Untuk jawaban tidak setuju diberi skor 2
 - 5) Untuk jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
- d. Tabulasi Data (penyusunan tabel)

Tabulasi data adalah kegiatan menggambarkan jawaban responden dengan cara tertentu. Tabulasi juga dapat digunakan untuk menciptakan statistik deskriptif variabel-variabel yang diteliti atau variabel yang akan ditabulasi silang.⁵⁹

e. *Processing*

Processing yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik. Pada tahap penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 16 *for Windows* dengan menggunakan analisis statistik. Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data yang telah dihasilkan dari penelitian lapangan, sehingga akan dapat ditarik kesimpulan. Pada tahap ini data yang telah dikumpulkan, akan dianalisis dengan menggunakan beberapa teknik analisis antara lain:

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan mampu

⁵⁹ Eddy Soeryanto Soegoto, *Marketing Research The Smart Way to Solve a Problem*, (Jakarta: Elex Media Computindo, 2008), 132.

untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁶⁰ Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan r tabel untuk tingkat signifikan 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.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.⁶¹ Kriteria uji reliabilitas adalah jika nilai $\alpha > 0,6$ maka dikatakan reliabel. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS.

Ukuran kemantapan α dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai α 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai α 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- 3) Nilai α 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai α 0,61-0,8 berarti reliabel
- 5) Nilai α 0,81-1,00 berarti sangat reliabel⁶²

f. Analisis Data

a) Analisis Deskriptif

⁶⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, cetakan IV (Semarang : Badan Peerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45

⁶¹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135

⁶² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.⁶³ Data ini berguna untuk mengetahui tingkat Kepercayaan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen di Kaki Empat Pet Care Desa Kaliombo Kota Kediri.

b) Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan regresi berganda, asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Normalitas dapat dilihat pada grafik normal *Probability Plot*, model regresi yang baik seharusnya distribusi regresi residualnya normal atau mendekati normal.

c) Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*).⁶⁴ Cara umum yang digunakan oleh peneliti untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolinieritas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* harus $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

d) Uji Heteroskedastisitas

⁶³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis cetakan kelima*, (Bandung: Alfabeta, 2003),147.

⁶⁴ *Ibid.*, 91

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual dari satu pengamatan satu kepengamatan yang lain. Jika variansi dari residu atau dari satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Dan jika variansi berbeda maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶⁵

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, di bawah atau di 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 data tidak terpola
- e) Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya ($t-1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi dengan data observasi sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang

⁶⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 105.

bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson, di mana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin-Watson. Kriteria nilai Durbin-Watson dijelaskan di bawahini:⁶⁶

- a) Jika $0 < d < d_L$ maka terjadi autokorelasi positif
 - b) Jika $d_L < d < d_U$ berarti tidak ada kepastian terjadi (ragu-ragu)
 - c) Jika $4 - d_L < d < 4$ maka terjadi autokorelasi negatif
 - d) Jika $4 - d_U < d < 4 - d_L$ maka tidak ada kepastian (ragu-ragu)
 - e) Jika $d_U < d < 4 - d_U$ berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif
- f) Uji Korelasi

Analisis ini untuk mengetahui kuatnya hubungan masing-masing variabel bebas X_1 (Kepercayaan), X_2 (Kepuasan Konsumen) terhadap variabel terikat Y (Loyalitas Pelanggan), maka digunakan analisis korelasi. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut maka kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kriteria Koefisien Korelasi Nilai r ⁶⁷

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0,80-1,000	Sangat kuat
2.	0,60-0,799	Kuat
3.	0,40-0,599	Cukup Kuat
4.	0,20-0,399	Rendah
5.	0,00-0,199	Sangat Rendah

⁶⁶*Ibid.*, 73.

⁶⁷Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), 81

g) Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:⁶⁸

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Konsumen

α = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Kepuasan Pelanggan

e = Error Term

h) Uji T

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

- i. Menentukan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 ukuran standart yang sering digunakan dalam penelitian.
- ii. Menentukan t hitung

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 284.

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

Keterangan :

b = koefesien regresi

Sb = *standart error of regression*

iii. 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 ditolak⁶⁹

i) Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut;

1) Menentukan hipotesis

H_0 : artinya variabel kepercayaan dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

H_a : artinya variabel kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

2) *Lefel of significant* $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan (dk1) : k-1 dan derajat kebebasan (dk2) ; n-k

Derajat kebebasan (dk) : n-k

F tabel = $\alpha = 0,05$; (dk1) ; (dk2)

3) Kriteria dan aturan pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

⁶⁹ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), 194.

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

4) Kesimpulan

Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.⁷⁰

j) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan atau kecocokan (*goodness of fit*) dari regresi linier berganda. Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya presentase sumbangan X_1 , X_2 terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y . Rumus dari koefisien determinasi sebagai berikut $R^2 = r^2 \times 100\%$.

Keterangan :

R^2 = nilai koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi⁷¹

⁷⁰ Damondan Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 231.