

melakukan pembelian ulang sehingga hal ini dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.²⁹

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Hal utama dalam suatu penelitian adalah membuat rencana (rancangan penelitian). Menurut Babbie yang dimaksud dengan rencana penelitian adalah mencatat perencanaan dari cara berpikir dan merancang suatu strategi untuk menemukan sesuatu.³⁰ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang

²⁹ Ida Martini, “*Analisis Faktor Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret (Studi Kasus di Kota Semarang)*.” Jurnal Penelitian, <http://ejurnal.stiedharmaputr-smg.ac.id>, diakses 20 Desember 2019 pukul 14.00 WIB.

³⁰Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005),53.

penyajian datanya berbentuk angka dan analisis data yang digunakan bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis penelitian.³¹

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian yang mencari hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapat bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana variabel yang dipengaruhi.³² Hal ini dikarenakan peneliti berusaha menjelaskan ada tidaknya hubungan antara variabel bebas (X) yaitu kepercayaan dan variabel terikat (Y) yaitu loyalitas konsumen.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini yaitu di Aula Student Centre Lt. II
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kediri.

26

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari

³¹ Joko Subagyo, *Metodelogi Penelitian dalam Teori dan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 97.

³² Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³ Dalam bagian ini juga akan dipaparkan mengenai variabel beserta indikator-indikatornya.

Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel *Independent* (bebas), variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbul variabel *dependent* (terikat).³⁴ Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini adalah kepercayaan.
2. Variabel *Dependent* (terikat), terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.³⁵ Adapun variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen.

Berdasarkan dari satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) tersebut, maka dapat diidentifikasi indikator pada masing-masing variabel yaitu:

1. Indikator-Indikator Variabel Kepercayaan (X)

Tabel 3.1
Indikator-Indikator dari Operasional Variabel X

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
Kepercayaan (X)	Integritas	Konsumen percaya bahwa produk sesuai dengan yang informasi yang diberikan perusahaan.
	Kompetensi	Produk sesuai dengan kemampuan dan memenuhi kebutuhan konsumen.
	Kebaikan	Konsumen memperoleh hasil dari produk melalui manfaat yang

³³ Sugiyono, *Metode Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 60-62.

³⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 4

³⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran.*, 178.

		dihasilkan produk
--	--	-------------------

Sumber: Indikator Kepercayaan menurut Mayer *et al.*, (1995)

2 Indikator-Indikator Variabel Loyalitas Konsume (Y)

Tabel 3.2
Indikator-Indikator dari Operasional Variabel Y

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
Loyalitas Konsumen (Y)	Melakukan pembelian secara teratur	a. Konsumen membeli produk tambahan b. Konsumen melakukan pembelian ulang dalam jumlah banyak
	Membeli antar lini produk dan jasa	Membeli produk dan jasa pada perusahaan yang sama
	Mereferensikan kepada orang lain	a. Konsumen menyampaikan hal positif ke orang lain b. Konsumen memberi rekomendasi produk ke orang lain
	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing	Mendemonstrasikan keunggulan produk

Sumber: Indikator Loyalitas Konsumen menurut Jill Griffin (2013)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik

kesimpulan.³⁶ Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah konsumen deodoran merek Rexona yang juga merupakan mahasiswa UKM Unikom pada IAIN Kediri, yaitu sejumlah 105 mahasiswa.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁷ Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Sampel jenuh adalah penggunaan seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 105 mahasiswa.

E. Sumber Data Penelitian

Menurut Sangadji dan Sopiah, sumber data dalam penelitian adalah subjek asal data tersebut diperoleh.³⁸ Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer. Menurut Mantra, data primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 115.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 116.

³⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 169.

dengan menggunakan kuisisioner (daftar pertanyaan atau pernyataan terstruktur).³⁹ Adapun data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara memberikan kuisisioner kepada mahasiswa UKM Unikom IAIN Kediri mengenai gambaran umum responden mengenai Kepercayaan dan Loyalitas konsumen pada deodoran merek Rexona.

F. Metode Pengumpulan Data

Menurut Arikunto, metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.⁴⁰ Metode yang digunakan peneliti untuk pengumpulan data adalah metode kuisisioner atau angket (daftar pertanyaan atau pernyataan terstruktur). Metode ini dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan untuk diolah guna memecahkan masalah dan menguji hipotesis penelitian yang telah ditentukan.⁴¹

G. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, instrumen adalah merupakan alat untuk mengukur dan mengobservasi yang dapat menghasilkan data kuantitatif.⁴² Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden baik

³⁹ Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 130.

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 134.

⁴¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 127.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2014), 166.

secara langsung atau tidak langsung.⁴³ Angket dalam penelitian ini diberikan kepada mahasiswa UKM Unikom IAIN Kediri mengenai gambaran umum responden mengenai Kepercayaan dan Loyalitas konsumen pada deodoran merek Rexona.

H. Pengolahan Data

Menurut Bungin, pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan.⁴⁴ Pengolahan data dalam penelitian ini meliputi: tahap *editing*, *coding*, *scoring*, *tabulating*, dan *Processing*. Adapun uraian penjelasan tahap-tahap pengolahan data tersebut yaitu:

1. *Editing*

Data yang masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan akan pengisiannya, mungkin ada yang tidak lengkap, tidak sesuai dan sebagainya. Kegiatan mengoreksi atau pengecekan ini disebut *editing*.⁴⁵ Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam *editing* adalah kelengkapan pengisian angket, keterbacaan tulisan, kesesuaian jawaban, dan relevansi jawaban.

2. *Coding*

Setelah tahap *editing* selesai dilakukan, maka tahap selanjutnya adalah mengklasifikasikan data-data tersebut melalui tahapan *coding*. Maksudnya data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis. *Coding* adalah pemberian tanda, simbol, atau

⁴³ Husaini Usman, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), 60.

⁴⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2005), 164.

⁴⁵ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Ekonosia, 2005), 81.

kode bagi tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama, dalam penelitian ini sedang disesuaikan variabel penelitian dengan kode.⁴⁶

Adapun *coding* atau pemberian identitas dalam penelitian ini yaitu:

- a. Untuk Variabel bebas (X), yaitu Kepercayaan.
- b. Untuk Variabel terikat (Y), yaitu Loyalitas Konsumen.

3. *Scoring*

Scoring adalah memberi angka pada lembar jawaban angket tiap subyek skor dari tiap item atau pertanyaan pada angket ditentukan sesuai dengan perangkat pilihan (*option*).⁴⁷ Hasil dari *scoring* perlu dilakukan pengecekan kembali agar memiliki ketetapan yang tinggi. Karena jika tidak dilakukan pengecekan kembali, ada kemungkinan terjadi kesalahan dalam melakukan *scoring* yang dapat berakibat terjadinya kesalahan pada langkah-langkah selanjutnya.⁴⁸

4. *Tabulating*

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.⁴⁹ Adapun tabulasi dalam penelitian ini digunakan untuk memudahkan menghitung, dan memasukkan data atau

⁴⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 67-68.

⁴⁷ Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis* (Jakarta: Bina Ilmu, 2004), 68.

⁴⁸ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, 85.

⁴⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 169.

hasil perhitungan ke dalam rumus statistik guna menguji hipotesis penelitian yang telah ditentukan.

5. *Processing*

Processing adalah mengitung dan mengoleh atau menganalisis data dengan statistik.⁵⁰ Pada tahap *prosessing* peneliti menggunakan bantuan program SPSS 21 dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu derajat ketepatan instrumen, maksudnya adalah ketepatan instrumen yang digunakan betul-betul tepat untuk mengukur apa yang akan diukur.⁵¹ Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur.⁵² Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item atau pernyataan angket maka teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis korelasi *pearson product moment*.

Adapun kriteria yang digunakan dalam uji validitas instrumen yaitu:⁵³

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka artinya hasil dari item atau pernyataan angket dinyatakan valid dan dapat digunakan.

⁵⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 184.

⁵¹ Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru* (Bandung: Remaja Rosdakartya, 2011), 245.

⁵² Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 121.

⁵³ *Ibid.*, 289.

- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka artinya hasil dari item atau pernyataan angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan.
- c. Nilai r_{tabel} dapat dilihat dalam tabel *r product moment* signifikansi 5% dengan *degree of freedom* (df) = n – 2.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.⁵⁴ Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* antara 0 sampai dengan 1. Skala alpha tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁵⁵

- a. Nilai *alpha* 0,00 s.d. 0,20 berarti reliabilitas sangat rendah.
- b. Nilai *alpha* 0,21 s.d. 0,40 berarti reliabilitas rendah.
- c. Nilai *alpha* 0,41 s.d. 0,60 berarti reliabilitas cukup.
- d. Nilai *alpha* 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabilitas tinggi.
- e. Nilai *alpha* 0,81 s.d. 1,00 berarti reliabilitas sangat tinggi.

I. Analisis Data

Menurut Marzuki, analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁵⁶ Analisis

⁵⁴ Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 76.

⁵⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 75.

⁵⁶ Marzuki, *Metodologi Riset*, 90.

data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 21. Adapun pengujian dalam penelitian ini yaitu:

1. Asumsi Klasik

Pengujian asumsi merupakan sejumlah pengujian yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Hasil pengujian asumsi menjadi dasar untuk memutuskan apakah pengujian hipotesis menggunakan statistika parametrik atau nonparametrik.⁵⁷

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan guna mengetahui apakah dalam sebuah model regresi kedua variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak.⁵⁸ Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan beberapa cara. Cara yang pertama membuat tabel deskriptif dengan melihat nilai mean dan median. Cara yang kedua adalah analisis data dengan melakukan pengujian secara statistik dengan cara menghitung nilai skewnessnya. Pada data berdistribusi normal memiliki nilai *skewness* antara 0,00 – 0,50.⁵⁹

Secara umum besarnya koefisien *skewness* mempunyai ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika koefisien *skewness* positif, berarti distribusi frekuensinya menceng positif, yaitu ekor kurvanya menjulur ke kanan.

⁵⁷ Purwanto, *Statistika untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 151.

⁵⁸ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000), 212.

⁵⁹ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, 236.

- 2) Jika koefisien *skewness* sama dengan nol, berarti distribusi frekuensinya simetris.
- 3) Jika koefisien *skewness* negatif, berarti distribusi frekuensinya menceng negatif, yaitu ekor kurvanya menjulur ke kiri.⁶⁰

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu terjadinya ketidaksamaan *variance* dan *residual* suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.⁶¹ Dasar pengambilan uji heteroskedastisitas dengan grafik *Scatterplot* sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar dan menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶²

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji untuk melihat apakah terjadi hubungan atau korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya $(t - 1)$.⁶³

⁶⁰ Ibid., 227.

⁶¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), 180.

⁶² Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

⁶³ Sunjoyo, et. al., *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset* (Bandung: Alfabeta, 2013), 73.

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson*, dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai *Durbin-Watson*. Nilai *Durbin-Watson* tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁶⁴

- 1) Jika nilai DW di bawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif.
- 2) Jika nilai DW di antara -2 sampai +2 berarti tidak terjadi autokorelasi.
- 3) Jika nilai DW di atas +2 berarti terjadi autokorelasi negatif.

2. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis penelitian merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis di anggap paling tinggi tingkat kebenarannya.⁶⁵

a. Analisis Korelasi *Pearson Product Moment*

Analisis korelasi *Pearson Product Moment* adalah mencari hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval dan rasio.⁶⁶ Adapun tujuan digunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment* dalam penelitian ini adalah untuk mencari hubungan antara variabel kepercayaan (X) dengan variabel loyalitas konsumen (Y).

⁶⁴ Ali Anwar, *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya dengan SPSS dan EXCEL* (Kediri: IAIT Press, 2009), 145.

⁶⁵ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, 21.

⁶⁶ Riduwan, *Dasar Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), 227.

Adapun langkah-langkah analisis korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut: Adapun rumus korelasi *Pearson Product Moment* yaitu:

$$r = \frac{n \cdot (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Banyaknya pasangan data X dan Y

$\sum X$ = Total jumlah dari variabel X (kepercayaan)

$\sum Y$ = Total jumlah dari variabel Y (loyalitas konsumen)

Menentukan interpretasi nilai korelasi. Adapun nilai korelasi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁶⁷

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai Korelasi

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

Sumber: Sugiyono, 2013.

1) Menentukan hipotesis.

H_0 = Tidak ada korelasi antara variabel X dengan variabel Y.

H_1 = Ada korelasi antara variabel X dengan variabel Y.

2) Kriteria dan aturan pengujian.⁶⁸

Menggunakan perbandingan r_{hitung} dengan r_{tabel} .

⁶⁷ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 231.

⁶⁸ Ali Anwar, *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya dengan SPSS dan EXCEL*, 105.

H_0 diterima $r_{hitung} < r_{tabel}$.

H_0 ditolak $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel Y dapat diprediksikan melalui variabel X.⁶⁹ Analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Adapun tujuan digunakan analisis regresi sederhana dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel keputusan berinvestasi (Y) dapat diprediksikan melalui variabel pengetahuan konsumen (X). Adapun rumus regresi sederhana yaitu:⁷⁰

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (loyalitas konsumen)

X = Variabel bebas (kepercayaan)

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi dari variabel terikat

n = Banyaknya sampel

c. Uji F

⁶⁹ Ibid., 141.

⁷⁰ Riduwan, *Dasar Dasar Statistika*, 244.

Dalam pengujian F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. *Lefel of Significant* $\alpha = 0,05$

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

Derajat kebebasan (dk) : $n - k$. $F_{\text{tabel}} = \alpha = 0,05 ; (dk1) ; (dk2)$.

3. Kriteria dan aturan pengujian

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

H_1 diterima apabila $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$

4. Kesimpulan

Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.⁷¹

d. Uji T

Uji T (uji parameter regresi) atau uji signifikansi koefisien regresi secara parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel

⁷¹ Damondar Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

terikat (dependen).⁷² Adapun tujuan digunakan uji t dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari variabel kepercayaan (X) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y).

Adapun langkah-langkah uji t (uji parameter regresi) sebagai berikut:

Berdasarkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} :

- a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS:

- a) Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b) Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

e. Koefisien Determinan

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.⁷³ Adapun tujuan digunakan koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel kepercayaan (X) dalam menerangkan variabel loyalitas konsumen (Y). Kriteria pengujian $R^2=0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel

⁷² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 138.

⁷³ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, 79.

terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.⁷⁴

⁷⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 83.