

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan tema “pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada produk *hand and body lotion* vaseline pada mahasiswi IAIN Kediri program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018”, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.¹ Penelitian kuantitatif menekankan penelitian pada data-data *numerical* (angka) yang dikelola dengan metode statistik.²

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas adalah penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapat bukti hubungan sebab akibat. Sehingga, dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang tidak dipengaruhi.³

¹ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 37.

² I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Yogyakarta: Ansi Offset, 2006), 140.

³ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada program Studi Ekonomi Syariah yang beralamatkan di Jl. Sunan Ampel, No.7, Ngronggo, Kota Kediri.

C. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu sifat dapat dimiliki bermacam-macam nilai atau seringkali diartikan sebagai simbol yang padanya kita dapat meletakkan bilangan atau nilai.¹ Adapun variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu:

1. Variabel bebas (*independen*) atau variabel (X) adalah variabel yang menjadi sebab terpengaruhnya variabel terikat (*dependen*).² Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

(X) : Kepuasan

2. Variabel terikat (*dependen*) atau variabel (Y) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas (*independen*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah:

(Y) : Loyalitas Konsumen

D. Definisi Operasional



1. Kepuasan

Menurut Kotler, Kepuasan (X) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapan.³ Hal

¹ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2011), 60.

² Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi Regresi dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 14.

ini bisa juga disebut sebagai kepuasan terhadap produk. Menurut Kotler, kepuasan diukur berdasarkan indikator-indikator, yaitu:⁴

1. *Re-purchase*, artinya membeli kembali dimana konsumen tersebut akan kembali pada perusahaan untuk mencari barang atau jasa.
2. Menciptakan *word of mouth*, dalam hal ini konsumen akan mengatakan hal-hal yang baik mengenai perusahaan kepada orang lain.
3. Menciptakan citra merek, artinya konsumen akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, artinya membeli produk lain dari perusahaan yang sama.⁵

2. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen (Y) adalah suatu ukuran keterikatan konsumen terhadap merek. Komitmen konsumen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.⁶ Menurut Tjiptono, indikator yang membentuk loyalitas adalah:⁷ kesetiaan, ketetapan pada merek, perilaku

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 246.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2009), 139.

⁵ Suwardi, "Menuju Kepuasan Pelanggan melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan", *Jurnal Pengembangan Humaniora*, 1 (2011).

⁶ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: ALFABETA, 2010), 126.

⁷ Tjiptono, *Strategi Pemasaran.*, 85.

kebiasaan, keyakinan, kesukaan pada merek, merekondasikan pada orang lain.

Tabel 3.1
Operasional Variabel X

Variabel (X)	Indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan	<i>Re-purchase</i>	Menunjukkan kepuasan yang diukur berdasarkan pembelian ulang produk pada <i>Hand and Body Vaseline</i> dan tidak beralih pada produk lain.
	Menciptakan <i>Word of Mouth</i>	Menunjukkan kepuasan yang diukur berdasarkan menceritakan atau membagikan pengalaman baik terhadap produk.
	Menciptakan Citra Merek	Menunjukkan kepuasan yang diukur berdasarkan kurang memperhatikan merek dari <i>hand and body</i> lain.
	Menciptakan Keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama	Menunjukkan kepuasan yang diukur berdasarkan melakukan pembelian produk lain pada merek yang sama.

Sumber: Meiliana Dwi Andika (2018)

Tabel 3.2
Operasional variabel Y

Variabel (Y)	Indikator	Deskripsi Indikator
Loyalitas Konsumen	Kesetiaan	Menunjukkan loyalitas konsumen yang diukur dari kesetiaan melakukan pembelian ulang produk <i>hand and body lotion Vaseline</i> .
	Ketetapan pada merek	Menunjukkan loyalitas konsumen yang diukur dari ketetapan untuk menggunakan produk <i>hand and body lotion</i> merek Vaseline.
	Perilaku Kebiasaan	Menunjukkan loyalitas konsumen yang diukur dari perilaku kebiasaan untuk tetap membeli produk <i>hand and body lotion Vaseline</i> .
	Keyakinan	Menunjukkan loyalitas konsumen yang diukur dari keyakinan yang kuat bahwa merek Vaseline adalah yang terbaik.
	Kesukaan pada merek	Menunjukkan loyalitas konsumen yang diukur dari kesukaan terhadap produk

		<i>hand and body lotion</i> merek Vaseline.
	Merekomendasikan pada orang lain	Menunjukkan loyalitas konsumen yang diukur dari merekomendasikan produk kepada orang lain.

Sumber: Sangjadi dan Sopiah (2013)

E. Data dan Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian.¹ Sumber pengumpulan data terbagi atas dua, yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang langsung diberikan dari responden kepada peneliti. Atau data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya.² Data primer dalam penelitian ini berupa data mengenai gambaran umum responden, penilaian umum responden mengenai kepuasan dan loyalitas konsumen *hand and body lotion* Vaseline.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan responden kepada pengumpulan data misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen seperti buku, brosur, majalah, internet, jurnal, dan lain-lain.³

F. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2008), 119.

² Supramono dan Sugiarto, *Statistika* (Yogyakarta, Andi Offset, 1993), 58.

³ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif*, 153.

1. Kuisisioner (angket)

Metode kuisisioner (angket) adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pertanyaan.⁴

Dengan kata lain, metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

⁴ Limas Dodi, *Metodologi Penelitian Science Methods; Metode Tradisional dan Natural Setting, Berikut Teknik Penulisannya* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 59.

responden untuk dijawab.¹ Dalam penelitian ini menggunakan metode angket terstruktur, yaitu jawaban yang diajukan sudah disediakan oleh peneliti. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa jawaban atas rumusan masalah, yaitu:

- a. Kepuasan dalam menggunakan produk *hand and body lotion* Vaseline.
- b. Loyalitas konsumen terhadap *hand and body lotion* Vaseline.
- c. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen produk *hand and body lotion* Vaseline.

2. 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.² Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai:

- a. Segala hal yang terkait dengan *Hand and Body Lotion* Vaseline.
- b. Segala hal mengenai kampus IAIN Kediri.
- c. Jumlah mahasiswa di IAIN Kediri.

Data mengenai *Hand and Body Lotion* Vaseline peneliti peroleh dari internet atau *website* Vaseline, sedangkan mengenai data jumlah mahasiswa peneliti peroleh secara langsung dari kantor akademik IAIN Kediri dan data yang ada sesuai yang diperlukan peneliti.

¹ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif*, 142.

² Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 1995), 69.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dengan cara melakukan pengukuran. Cara ini dilakukan untuk memperoleh data yang objektif yang diperlukan untuk menghasilkan kesimpulan penelitian yang objektif. Instrumen penelitian sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian.¹

Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa instrumen antara lain sebagai berikut:

1. Pedoman kuisioner (angket), yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Daftar pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen.
2. Pedoman dokumentasi, yaitu berfungsi mencaari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk suatu objek. Alat ini digunakan untuk mengetahui data profil kampus, data mengenai produk vaseline, dan jumlah mahasiswa di IAIN Kediri.

H. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Jadi, populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda yang

¹ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 183.

² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: ALFABETA, 2005), 72.

lain. Populasi juga bukan sekadar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang telah membeli *hand and body lotion* Vaseline ≥ 2 kali yaitu sebanyak 126 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Sampel merupakan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁴ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara tidak acak dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*.⁵

Dimana kriteria dari penelitian ini hanya mahasiswa aktif program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang telah membeli *hand and body lotion* Vaseline ≥ 2 kali yaitu berjumlah 126 mahasiswa.

³ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2015), 81.

⁴ Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 105.

⁵ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif*, 80-81.

I. Analisis Data

Analisis data adalah proses pengaturan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.¹ Analisis data disebut juga metode pengelolaan data. Maksudnya, suatu cara yang digunakan untuk mengurai keterangan-keterangan atau data yang diperoleh agar data tersebut dapat dipahami oleh peneliti yang ingin mengetahui hasil penelitian ini. 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 analisis korelasi product moment dan analisis regresi sebagai analisisnya dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 16. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah data terkumpul adalah sebagai berikut:²

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, 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.

¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 29.

² Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81.

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 ke dalam kategori variabel masing-masing.

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

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

3. *Scoring* (memberi skor)

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor.³ 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).

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) bobot nilai : 5
- b. Setuju (S) bobot nilai : 4
- c. Cukup Setuju (CS) 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. Cukup Setuju (CS) bobot nilai : 3

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 241.

d. Tidak Setuju (TS) bobot nilai : 4

e. Sangat Tidak Setuju (STS) bobot nilai : 5

Teknik scoring dibuat sedemikian, agar terlihat jelas skor masing-masing pada tiap *option*.

4. Tabulasi (Penyusunan Tabel)

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angkangka serta menghitungnya.⁴ Tabulasi 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 kategori.

5. *Processing* (Proses)

Processing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.⁵ Pada tahap ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 16 dengan menggunakan analisis statistika sebagai berikut:

A. Uji validitas, Uji Reliabilitas, dan Analisis Deskriptif

1. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner

⁴ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 168.

⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 184.

tersebut.⁶ 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. Begitu pula sebaliknya.⁷ Untuk mengetahui valid tidaknya setiap butir item maka teknik yang digunakan adalah teknik analisis korelasi *pearson product moment*:⁸

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Skor total

n = Jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Ukuran kemantaban α dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁹

⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 52.

⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1999), 135.

⁸ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), 136.

⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

- 1) Nilai alpha 0.00-0.2 berarti kurang reliable
- 2) Nilai alpha 0.21-0.4 berarti agak reliable
- 3) Nilai alpha 0.41-0.6 berarti cukup reliable
- 4) Nilai alpha 0.61-0.8 berarti reliable
- 5) Nilai alpha 0.81-1.00 berarti sangat reliable

3. Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian dideskripsikan agar pembaca dapat dengan mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat loyalitas konsumen terhadap *hand and body lotion* Vaseline.

B. Uji asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi. Apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan. Berikut macam-macam uji asumsi klasik:

1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali, secara statistik ada dua komponen normalitas yaitu skewness dan kurtosis. Skewness berhubungan dengan simetri distribusi. Sedangkan skewed variabel (variabel menceng) adalah variabel yang nilai meannya tidak ditengah-tengah distribusi. Sedangkan kurtosis berhubungan dengan puncak dari suatu distribusi. Apabila variabel terdistribusi secara normal maka nilai skewness dan kurtosis sama dengan nol.¹⁰

¹⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 29.

Uji normalitas menggunakan nilai rasio skewness dan kurtosis. Dimana nilai N jumlah sampel, jika Z hitung $>$ Z tabel maka distribusi tidak normal. Ketentuan data terdistribusi normal atau tidak dengan melihat nilai rasio skewness dan kurtosis berada pada rentang nilai $-1,96$ sampai $1,96$ maka data terdistribusi normal. Namun, apabila nilai rasio tidak berada pada rentang $-1,96$ sampai $1,96$ maka dapat dikatakan bahwa data tidak terdistribusi normal.

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.¹¹ Secara sederhana 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 bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson, dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin-Watson. Kriteria nilai Durbin-Watson dijelaskan sebagai berikut:¹²

- a. Jika $0 < d < dL$ maka terjadi autokorelasi positif
- b. Jika $dL < d < dU$ berarti tidak ada kepastian terjadi (ragu-ragu)

¹¹ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68.

¹² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Ed. 5* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105-106.

- c. Jika $-4 < d < 4$ maka terjadi autokorelasi negatif Jika $-4 < d < -4$ maka tidak ada kepastian (ragu-ragu)
- d. Jika $d < -4 < -d$ berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Dan jika variansi berbeda maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹³

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.

4. Uji Korelasi

Korelasi *Pearson Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel

¹³ Ibid., 105.

terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.¹⁴ Analisis ini untuk mengetahui kuatnya hubungan masing-masing variabel bebas X (kepuasan) terhadap Y (loyalitas konsumen), maka digunakan analisis korelasi. Langkah-langkah untuk menentukan nilai korelasi (r) adalah 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 (kepuasan)
y : Variabel terikat (loyalitas konsumen)

¹⁴ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Ed. 2* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 197.

Tabel 3.3
Interpretasi Korelasi *Pearson Product Moment*

Interpretasi Koefisien	Interpretasi
0,00	Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang sangat rendah sehingga korelasi ini diabaikan dan dianggap tidak ada korelasinya
0,10-0,299	Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang rendah
0,30-0,499	Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang cukup
0,50-0,699	Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang kuat
0,70-1,000	Antara variabel X dan Y terdapat korelasi yang sangat kuat

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.¹⁵ Berikut rumus yang digunakan:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (loyalitas konsumen)

a : Konstanta

X : Variabel bebas (kepuasan)

b : Koefisien regresi

¹⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA, 2012), 275.

C. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.¹⁶ Kriteria analisis pada uji t adalah sebagai berikut:

- a. H_0 = Tidak ada pengaruh variabel X (Kepuasan) terhadap variabel Y (Loyalitas Konsumen).
- b. H_a = Ada pengaruh variabel X (Kepuasan) terhadap variabel Y (Loyalitas Konsumen).

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 16:

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

¹⁶ Bambang Prasetyo, *Metodologi Penelitian.*, 174.

2. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengambil kesimpulan pada uji ini berdasarkan signifikansi dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig. $< 0,05$, atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan.
- b. Jika nilai sig. $> 0,05$, atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan.

3. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian dan ketepatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam suatu persamaan regresi.¹⁷ Untuk menghitung R^2 digunakan rumus sebagai berikut: nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Apabila $R^2 = 1$ maka menunjukkan bahwa 100% total varians diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel bebas mampu menerangkan atau memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Sebaliknya, jika apabila nilai $R^2 = 0$ maka menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterangkan oleh varians bebas dari persamaan regresi.

¹⁷ Purwanto dan SK Suharyanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 514.