

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Berdasarkan judul yang telah peneliti susun, yaitu pengaruh produk terhadap keputusan pemilihan obyek wisata air, maka rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik.<sup>33</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas merupakan penelitian hubungan sebab dan akibat. Tujuan utamanya adalah untuk memperoleh bukti adanya hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang dipengaruhi.<sup>34</sup>

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Variabel adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Kerlinger, variabel merupakan suatu sifat yang diambil dari nilai yang berbeda.<sup>35</sup>

Dalam penilaian ini, variabel dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent*

---

<sup>33</sup> Ridwan dan Tita Lestari, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 1999), 2.

<sup>34</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 38.

(terikat).<sup>36</sup> Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah produk (X). Menurut Kotler, produk jasa merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan yang bersangkutan.<sup>37</sup> Menurut Yoeti, indikator produk adalah daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas.<sup>38</sup> Pada penelitian ini, indikator yang dipakai peneliti yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Indikator penelitian variabel Produk (X)**

Variabel	Indikator
Produk (X)	1. Daya tarik wisata
	2. Fasilitas

Sumber: Data diolah oleh peneliti

## 2. Variabel Terikat (Dependent)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>39</sup> Adapun variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan pemilihan obyek wisata (Y).

Keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian. Pengambilan keputusan juga dapat diartikan sebagai kegiatan individu yang terlibat langsung dalam memperoleh dan

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 39.

<sup>37</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: ALFABETA, 2015), 50.

<sup>38</sup> Ali Ahmad Ar-Rosyid, *Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung pada Coffee and Cocoa Science Techno Park Jember*, (Skripsi, Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Jember, 2018), 31.

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, 39.

menggunakan barang yang ditawarkan.<sup>40</sup> Indikator keputusan pembelian menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.<sup>41</sup> Pada penelitian ini indikator yang dipakai peneliti yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Indikator Penelitian Variabel Keputusan Pemilihan**

Variabel	Indikator
Keputusan Pemilihan (Y)	1. Pengenalan kebutuhan
	2. Pencarian informasi
	3. Evaluasi alternatif
	4. Keputusan pembelian
	5. Perilaku pasca pembelian

Sumber: Data diolah oleh peneliti

### C. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada kolam renang Tirtayasa Park Kota Kediri yang beralamat di JL. Jenderal Ahmad Yani No 123, Banjaran, Kota Kediri, Jawa Timur.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang peneliti harapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>42</sup> Menurut Murti Sumarni dan Salamah, populasi

<sup>40</sup> Kotler Dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke 9 Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

<sup>41</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 179.

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan ke-5*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 72.

merupakan seluruh obyek yang diteliti dan terdiri dari sejumlah individu, baik yang terbatas maupun yang tidak terbatas.<sup>43</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung Tirtayasa Park Kota Kediri.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah dan sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi.<sup>44</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen (anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel).<sup>45</sup>

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling* yaitu metode pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.<sup>46</sup> Pertimbangan sampel didasarkan pada pertimbangan bahwa responden adalah pengunjung Tirtayasa Park Kota Kediri yang jumlahnya tidak terbatas, sehingga penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tabel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael. Peneliti memilih taraf kesalahan sebesar 5% untuk populasi tak terbatas atau populasi yang tidak diketahui jumlahnya. Hal ini akan

---

<sup>43</sup> Murti Sumarni Dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 69.

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan ke-5*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 72.

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 114.

<sup>46</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2001), 57

menghasilkan tingkat kepercayaan 95% untuk sampel dengan jumlah 349 responden.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Sumber dan jenis data**

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.<sup>47</sup> Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yaitu pengunjung obyek wisata air Tirtayasa Park Kota Kediri.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat ukur berupa kuesioner atau angket.<sup>48</sup> Data primer diperoleh dengan cara mengisi kuisisioner oleh responden yang kemudian diperoleh hasil berupa beberapa pernyataan mengenai variabel X (produk) dan Y (keputusan pemilihan).

---

<sup>47</sup> Rully dan Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen Pembangunan, dan Pendidikan*, (Bandung: PT Reflika Aditama, 2014), 141.

<sup>48</sup> Eko Putro Widoyoko, *Teknik Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 33.

## 2. Metode pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh informasi yang kemudian dikumpulkan sebagai bahan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) kepada responden untuk memperoleh data secara baik dan detail. Kuisisioner adalah alat pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket.<sup>49</sup>

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sesuatu yang paling penting dan strategis kedudukannya didalam seluruh kegiatan penelitian. Selain itu, instrumen merupakan alat bantu peneliti dalam pengumpulan data.<sup>50</sup> Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner (angket). Metode kuesioner (angket) adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan menggunakan angket.<sup>51</sup> Penyusunan kuesioner dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting.<sup>52</sup> Data tersebut merupakan alat untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pemilihan obyek wisata air Tirtayasa Park Kota Kediri.

---

<sup>49</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 22.

<sup>50</sup> Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 32.

<sup>51</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metode Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), 207.

<sup>52</sup> Limas Dodi, *Metodologi Penelitian Science Methods, Metode Tradisional dan Natural Setting*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 143.

## G. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah suatu kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya terkumpul.<sup>53</sup> Metode ini dimaksudkan untuk mengolah data yang telah terkumpul dan tersusun secara berurutan untuk diperoleh data yang obyektif, melalui analisa statistik untuk menguji hipotesis. Adapun langkah-langkah analisa data adalah sebagai berikut:

1. *Editing* (membersihkan data)

Langkah pertama yang dilakukan adalah pengecekan. *Editing* merupakan pemeriksaan daftar pertanyaan yang telah diserahkan oleh pengumpul data.<sup>54</sup> Hal yang perlu diperhatikan dalam *editing* adalah kelengkapan pengisian kuesioner, keterbacaan tulisan, kesesuaian jawaban, dan relevansi jawaban. Tujuan *editing* adalah jawaban yang diperoleh dari responden perlu dibersihkan atau diperiksa kembali.

2. *Coding* dan *categorizing*

*Coding* adalah memberi atau membuat kode-kode pada tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.<sup>55</sup> Kode adalah persyaratan yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas terhadap suatu informasi atau data yang akan dianalisis. Sedangkan untuk *Categorizing* adalah

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 145.

<sup>54</sup> Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian :Memberi Bekal Teoritis pada Mahasiswa tentang Metodologi Penelitian serta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian dengan Langkah-Langkah yang Benar*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2008), 153.

<sup>55</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 24.

pengklasifikasian data dalam daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

### 3. *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 suatu pertanyaan mengenai tingkat kesetujuan atau ketidak setujuan dengan memberikan skala pada setiap poin jawaban.<sup>56</sup> Dalam penelitian ini pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3.3  
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

### 4. Tabulasi data (penyusunan tabel)

Tabulasi adalah memasukkan data pada tabel tertentu dan menyusun angka serta menghitungnya.<sup>57</sup> Data-data dikelompokkan secara cermat dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak item yang termasuk dalam satu kategori. Dalam penelitian ini, tabulasi digunakan untuk mempermudah dalam menghitung, dan memasukkan data atau hasil perhitungan ke dalam rumus.

<sup>56</sup> Florensus Pureklolong, *Pengaruh Keputusan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Sipink Tatto Studio Yogyakarta)*, 36

<sup>57</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.



## 5. *Processing*

*Processing* adalah 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 metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data yang telah dihasilkan dari penelitian lapangan sehingga dapat ditarik kesimpulan.

## H. Deskripsi Data

Tahap yang digunakan dalam deskripsi data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Instrumen
  - a. Uji Validitas

Suatu instrumen baru dapat digunakan dalam penelitian jika telah dinyatakan valid. Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen tersebut mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan cara untuk menguji validitas adalah dengan mengukur korelasi antara butir-butir pernyataan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.<sup>58</sup>

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan  $r$  tabel untuk taraf signifikan 5% dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dalam uji validitas. Jika  $r$  hitung  $> r$

---

<sup>58</sup> Prabu Budi Santoso dan Ashari, *Analisi dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248.

tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya.

Untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap item, maka teknik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah teknik analisis korelasi *pearson product moment*.<sup>59</sup>

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Jumlah dari skor item

n = Jumlah responden

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau reliabel. Pengujian reliabilitas menggunakan SPSS 16. Ukuran kemantapan alpha dapat diartikan sebagai berikut<sup>60</sup>:

- 1) Nilai alpha 0,00-0,2 = kurang reliabel.
- 2) Nilai alpha 0,21-0,4 = agak reliabel.
- 3) Nilai alpha 0,41-0,6 = cukup reliabel.

<sup>59</sup>Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

<sup>60</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

4) Nilai alpha 0,61-0,8 = reliabel.

5) Nilai alpha 0,81-1,00 = sangat reliabel.

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan.<sup>61</sup> Data ini berguna untuk mengetahui tingkat produk dan keputusan pemilihan di Tirtayasa Park Kota Kediri.

## 3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linier berganda. Suatu model regresi harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan masalah, maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi.<sup>62</sup>

Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model yang

---

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan ke-6, 147.

<sup>62</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, cetakan IV* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 83.

terbaik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas data dapat dideteksi dengan melihat bentuk titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal dari gambar Normal P-Plot.<sup>63</sup>

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu terdapat hubungan linier antara variabel bebas dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Ada beberapa metode pengujian yang dapat digunakan, antara lain:

1. Menggunakan *nilai inflation* (VIF) dalam model regresi.
2. Membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi (R).
3. Melihat *eigenvalue* dan *condition index*. Pada penambahan ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat *nilai inflation* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso, pada umumnya VIF lebih besar dari 5, maka berarti hal tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 109.

<sup>64</sup> Duwi priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual atau pengamatan dengan pengamatan pada model regresi.<sup>65</sup> Metode pengujian yang sering digunakan adalah uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terjadi autokorelasi.
- 2) Apabila  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Apabila  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  atau  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai  $dU$  dan  $dL$  dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung pada banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila variansi dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut

---

<sup>65</sup> Ibid, 68.

Homoskedastisitas. Apabila berbeda maka disebut Heteroskedastisitas.<sup>66</sup> Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot* adalah sebagai berikut:

- a. Apabila pada pola tertentu terdapat grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, menyebar lalu menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Apabila tidak ada pola yang jelas dan titik-titiknya menyebar, maka indikasinya tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>67</sup>

#### 4. Uji korelasi

Analisis korelasi menggunakan teknik *Pearson Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data dibentuk dari interval dan rasio.<sup>68</sup> Adapun rumusannya adalah sebagai berikut:

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

<sup>66</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 139.

<sup>67</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

<sup>68</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiadi, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2006), 197.

Keterangan:

- r : Korelasi *Person Product Moment*  
 n : Jumlah Sampel  
 x : Skor Setiap Pertanyaan/Item  
 y : Skor Total<sup>69</sup>

Korelasi PPM dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ( $-1 \leq r \leq +1$ ). Jika nilai  $r = -1$  berarti korelasi negatif sempurna;  $r = 0$  berarti tidak ada korelasi; dan  $r = 1$  berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Kriteria Koefisien Korelasi<sup>70</sup>**

Besarnya "r" <i>Product Moment</i>	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: Intrepretasi Koefisien Nilai r menurut Irham Fahmi, 2016

## 5. Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi sederhana merupakan hubungan linier antara satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Analisis ini untuk

<sup>69</sup> Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2013), 304.

<sup>70</sup> Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 68.

mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai variabel terikat jika nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.<sup>71</sup> Dalam penelitian ini analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Kepuasan Konsumen terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Konsumen dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pengunjung

a = konstanta dari persamaan regresi

X = produk

b = koefisien regresi

#### 6. Uji hipotesis

Uji t merupakan uji statistik untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.<sup>72</sup>

Prosedur pengujiannya adalah setelah menghitung terhadap t hitung kemudian membandingkannya dengan nilai t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang artinya, variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara parsial.

<sup>71</sup> Florensus Pureklolong, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Sipink Tatto Studio Yogyakarta)*, 47.

<sup>72</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 192.



- b. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya, variabel beban berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara parsial.

#### 7. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang dekat dengan satu variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel bebas.<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivairate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*, 97.