

### **BAB III**

## **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Jenis penelitian kuantitatif digunakan pada penelitian ini, sebab data penelitian berbentuk angka-angka yang kemudian ditabulasikan dan dianalisis. Mengacu paparan Sugiyono dalam bukunya metode penelitian kuantitatif ialah sebuah metode penelitian empiris yang menggunakan angka-angka sebagai data, dan hasil temuan penelitian dijawab mennggukan langkah-langkah penghitungan statistik atau metode pengukuran lain yang relevan.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model penelitian *survey*. Model penelitian tersebut digunakan karena peneliti ingin menggambarkan keadaan yang terjadi pada suatu komunitas dan menentukan hubungan sebuah variabel dengan variabel lainnya<sup>45</sup>.

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini memprediksi signifikansi pengaruh satu variabel prediktor atau independen terhadap satu atau lebih variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional antara variabel bebas (X) yakni kualitas pelayanan terhadap variabel terikat (Y) yakni loyalitas pelanggan.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Untuk memenuhi prosedur penelitian, lokasi penelitian adalah Toko Bey yang berlokasi di Jalan Cendana No. 49, Singonegaran, Kec. Pesantren, Kota Kediri.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian berperan sangat penting. Hal tersebut dikarenakan setiap data yang diamati atau diperoleh bersumber

---

<sup>44</sup> Duwi Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa Dan Umum* (Yogyakarta: andi, 2018); Imam Machali, *Statistik Itu Mudah* (yogyakarta: lembaga ladang kata, 2015).

<sup>45</sup> Muhammad ; Fitrah and Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, Dan Studi Kasus* (Sukabumi: CV Jejak, 2017).

dari subjek penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, subjek penelitian dapat ditentukan dengan cara menentukan populasi dan sampel penelitian<sup>46</sup>.

Populasi yakni total keseluruhan dari cakupan objek penelitian. Mengacu paparan dari Sugiyono, populasi penelitian merepresentasikan cakupan wilayah umum yang mencakup objek penelitian atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian diamati dan dipelajari sehingga terbentuk kesimpulan berdasarkan perilaku atau hubungan yang ditunjukkan oleh subjek atau objek tersebut.<sup>47</sup> Dalam penelitian sekarang, populasi penelitian adalah pembeli atau pelanggan tetap toko bey.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Pelanggan Tetap Toko Bey 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pembeli</b>
Januari	116
Februari	111
Maret	110
April	109
Mei	106
Total	552

Sumber: Data pelanggan tetap 2021

Tabel 3.1 menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 552 pelanggan yang melakukan pembelian dengan ketentuan pelanggan tetap di Toko Bey selama bulan Januari sampai Mei 2021.

Sampel ialah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>48</sup> Dalam penelitian, besarnya jumlah sampel dapat ditentukan dengan menggunakan pedoman penentuan sampel. Salah satu praktik pengambilan sampel yang umum digunakan adalah *slovin calculation*

<sup>46</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)," in *Metodelogi Penelitian*, 2017.

<sup>47</sup> Sugiyono.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 80.

*sample*. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penghitungan *Slovin* dengan tingkat kesalahan sebesar 0.1 (90%). sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

E = Taraf kesalahan (error) sebesar 0,1 (10%)

Dari rumusan diatas, maka besarnya jumlah sampel (n) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{552}{1 + 552(0.1)^2}$$

$$n = \frac{552}{1 + 5,53}$$

$$n = \frac{552}{5,53}$$

$n = 99$  dibulatkan menjadi 100

Dari perhitungan di atas, terdapat sebanyak 99 sampel kemudian dibulatkan menjadi 100 hasil perhitungannya dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Dikatakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana sampel dipilih dengan pertimbangan tertentu.<sup>49</sup> Kriteria sampel atau responden yang dipilih adalah pelanggan tetap dengan rentang usia antara 18-50 tahun.

#### **D. Definisi Operasional Variabel**

Penelitian dengan analisis regresi memiliki fokus untuk mencari pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen merupakan sebuah variabel penelitian yang berperan sebagai variabel bebas. Variabel independen merupakan variabel yang dimanipulasi

<sup>49</sup> Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung Alfabeta.

oleh peneliti sehingga menyebabkan pengaruh terhadap variabel dependen.<sup>50</sup> Sedangkan variabel dependen adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas yang ditentukan.<sup>51</sup>

Pada penelitian sekarang, terdapat sebuah variabel independen yang ditentukan oleh peneliti yang ditujukan untuk mempengaruhi satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X), sedangkan variabel dependen pada penelitian sekarang yaitu loyalitas pelanggan (Y).

#### 1. Kualitas pelayanan (X)

Suatu aksi/pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa atau produk kepada konsumennya yang berdasar kepada ekspektasi pelanggan dan berdasarkan persepsi mereka atas pelayanan nyata yang kemudian akan diterima. Dalam hal ini tujuannya agar pelayanan yang diberikan tidak jauh berbeda dengan harapan konsumen. Berikut adalah indikator dari variabel kualitas pelayanan pada penelitian sekarang.

**Tabel 3.2**

**Indikator Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan**

Variabel	Indikator	Deskripsi
Kualitas Pelayanan	Bukti fisik	Sarana dan prasarana fisik dan kemampuan perusahaan
	Daya tanggap	Aksi untuk memberikan pelayanan yang sigap, cepat, dan tepat.
	Jaminan dan kepastian	Kompetensi, sopan santun, kredibilitas, keamanan, dan kemampuan dalam berkomunikasi
	Empati	Sikap memberi perhatian yang tulus yang diberikan oleh pegawai secara individu kepada pelanggan

<sup>50</sup> Sugiyono.

<sup>51</sup> Sugiyono.

	Keandalan	Kinerja dan layanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan dan jaminan yang mereka berikan sejak awal
--	-----------	---

Sumber indikator: Parasuraman dalam penelitian Maskur dan Qomariyah

## 2. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai persepsi positif dari konsumen terhadap penyedia jasa atau penyedia barang yang mana mereka setia terhadap penyedia jasa tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain serta bertahan dari pesaing yang menyediakan jasa yang sama. Salah satu bukti dari hasil observasi awal bahwa terdapat kenaikan omzet atau penghasilan perbulan yang mengalami kenaikan. Berikut adalah indikator untuk mengukur loyalitas konsumen.

**Tabel 3.3**  
**Indikator Penelitian Variabel Loyalitas Pelanggan**

Variabel	Indikator	Deskripsi
Loyalitas Pelanggan	Pembelian Berulang	Pelanggan melakukan pembelian berulang pada suatu penyedia jasa atau perusahaan yang sama, produk yang sama
	Membeli produk diluar lini atau jasa	Pelanggan membeli variasi produk-produk yang ditawarkan oleh penyedia jasa atau perusahaan
	Mereferensikan Produk	Pelanggan mereferensikan produk atau penyedia jasa kepada lingkungannya atau orang lain.
	Menunjukkan Kekebalan dari tarikan produk	Pelanggan memberikan respon yang positif terkait keunggulan penyedia jasa atau perusahaan, ketika dibandingkan

	pesaing	dengan penyedia jasa atau perusahaan lain yang sejenis.
--	---------	---

Sumber indikator: penelitian oleh Widyawati tahun 2020.

### **E. Sumber Data Penelitian**

Sumber data yang dipakai pada penelitian ini yakni data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.<sup>52</sup> Kemudian data sekunder merupakan data yang didapatkan dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan, diolah pihak lain dan biasanya sudah dibentuk dalam bentuk publikasi.<sup>53</sup>

Data primer untuk penelitian ini didapat dari wawancara pada pemilik toko dan dengan pengisian kuisioner oleh pelanggan toko Bey yang kemudian diperoleh hasil berupa beberapa pernyataan mengenai variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (loyalitas pelanggan). Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari internet, buku, dan artikel.

### **F. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian ini, instrumen penelitian berupa kuestioner tertutup menggunakan skala *Likert Scale*. Setiap pertanyaan dalam kuestioner yang menggunakan *Likerts Scale* mempunyai tingkatan nilai dari sangat positif sampai negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain: SS (sangat setuju), S (setuju), N (netral), TS (tidak setuju), dan STS (sangat tidak setuju).

### **G. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang dipakai guna memperoleh data yang diinginkan adalah sebagai berikut:

<sup>52</sup> Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 19987), 93

<sup>53</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: UPFEMY, 2003), 61

### 1. Observasi

Pencatatan dan pengamatan secara sistematis lewat sejumlah fenomena yang dikaji dinamakan observasi.<sup>54</sup> Metode ini dimaksudkan agar data bisa dikumpulkan melalui pengamatan langsung pada objek yang diteliti, sehingga peneliti memperoleh data yang sesuai dengan keadaan sesungguhnya.

### 2. Angket (Kuisoner)

Metode angket ialah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasikan ke dalam bentuk item atau pertanyaan.<sup>55</sup> Berfungsi untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang sudah disediakan kepada responden yang sudah tertera alternatif jawaban.

Dalam metode ini peneliti menggunakan angket terstruktur (*structure questionnaire*) yakni jawaban yang diajukan telah tersedia. Dalam penelitian ini, data yang didapat dari angket berupa:

- a. Angket mengenai variabel (X) kualitas pelayanan.
- b. Angket mengenai variabel (Y) loyalitas pelanggan.

### 3. Wawancara

Wawancara dipakai menjadi metode pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan agar menemukan permasalahan yang hendak dikaji, dan pula jika peneliti hendak mengetahui hal yang lebih mendalam dari responden dan jumlah respondennya sedikit/kecil.<sup>56</sup> Peneliti melakukan metode wawancara terhadap pemilik toko dan beberapa pelanggan toko Bey untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan menggali informasi tentang Toko Bey Kota Kediri.

---

<sup>54</sup> Ida Bagus Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 82.

<sup>55</sup> Limas Dodi, *Metodologi Penelitian Science Methods; Metode Tradisional dan Natural Setting, Berikut Teknik Penulisannya* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 59.

<sup>56</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Penerbit Kencana, 2017), 199.

#### 4. Dokumentasi

Dokumentasi ialah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>57</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang:

- a. Sejarah berdirinya Toko Bey Kota Kediri
- b. Struktur Organisasi Toko Bey Kota Kediri
- c. Data Penjualan Toko Bey Kota Kediri

### H. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, tahapan analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data diterima dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.<sup>58</sup> Pada penelitian ini, analisis data digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dan tersusun secara berurutan agar diperoleh data yang obyektif melalui analisis statistik dengan bantuan program SPSS guna menguji hipotesis yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Bey Kota Kediri. Adapun langkah-langkah dalam mengolah data setelah data terkumpul, antara lain:

#### 1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Pemeriksaan data (*Editing*) diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan. Sebelum pengumpulan data dilakukan, pewawancara sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan.

#### 2. Memberi Tanda (*Coding*)

Proses pembuatan kode merupakan proses pemberian tanda menggunakan angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Memberi tanda kode terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah waktu

---

<sup>57</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, 84

<sup>58</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)*."

mengadakan tabulasi dan analisa. Dalam penelitian ini klasifikasi dan pengkodean yaitu:

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

### 3. Memberi Skor atau *Scoring*

Memberi skor adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. 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) sebagai berikut:

- |        |                       |     |
|--------|-----------------------|-----|
| a. SS  | : Sangat Setuju       | : 5 |
| b. S   | : Setuju              | : 4 |
| c. N   | : Netral              | : 3 |
| d. TS  | : Tidak Setuju        | : 2 |
| e. STS | : Sangat Tidak Setuju | : 1 |

### 4. Penyusunan Tabel (Tabulasi)

Tabulasi merupakan proses peringkasan data dan menampilkannya dalam bentuk yang lebih rapi untuk kepentingan analisis lebih lanjut. Tabulasi merupakan hal yang harus dipertimbangkan sejak awal dalam urutan penelitian. Dalam prosesnya, tabulasi dapat dilakukan secara manual maupun dengan kontemporer.

### 5. *Processing*

Processing adalah menghitung dan mengolah data dengan statistik.<sup>59</sup> Analisis statistik yang digunakan adalah:

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner

---

<sup>59</sup> Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 184

tersebut.<sup>60</sup> Validitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.<sup>61</sup>

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan.<sup>62</sup> Untuk mencapai hal tersebut maka digunakan metode pengukuran reliabilitas *Cronchbanch's Alpha*. Ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :<sup>63</sup>

- 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

Rumus dari *Cronchbanch's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_x = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- $r_x$  = Realibilitas yang dicari  
 n = Jumlah item pertanyaan  
 $\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varian skor tiap item  
 $\sigma_t^2$  = Varian total

Jika nilai  $\alpha >$  atau  $= r_{\text{tabel}}$  maka instrumen penelitian dikatakan reliabel. Jika nilai  $\alpha < r_{\text{tabel}}$  maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

c. Analisis Deskriptif

<sup>60</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* Cetakan IV, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

<sup>61</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 2008), 122.

<sup>62</sup> Widodo, *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*, 200.

<sup>63</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

Analisis deskriptif digunakan untuk mempermudah pembacaan data yang diperoleh kemudian diolah dan dideskripsikan. Data ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Bey Kota Kediri.

d. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi merupakan sejumlah pengujian yang dilakukan sebelum pengujian hipotesis. Hasil pengujian asumsi menjadi dasar untuk memutuskan apakah pengujian hipotesis menggunakan statistika parametrik dan nonparametrik.<sup>64</sup>

1) Uji Normalitas

Digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya dengan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Data dikatakan normal bila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05.<sup>65</sup>

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* tau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Jika *variance* berbeda maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik *heteroskedastisitas*.<sup>66</sup> Cara untuk memprediksi ada tidaknya

<sup>64</sup> Purwanto, *Statistika untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 151.

<sup>65</sup> Sunjoyo, *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset, Program IBM SPSS 21.0*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 59-60.

<sup>66</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* cetakan IV, 91.

heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- a) Titik-titik data menyebar diatas, dibawah atau disekitar 0.
  - b) Titik-titik data mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
  - c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
  - d) Penyebaran titik-titik data tidak terpol.
- 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah terjadi hubungan atau korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1).<sup>67</sup> Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test), dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai *Durbin-Watson*. Nilai *Durbin-Watson* tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a)  $DU < DW < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima atau tidak terjadi auto korelasi.
  - b)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka  $H_0$  ditolak atau terjadi autokorelasi.
  - c)  $DL < DW < DU$  atau  $4 - DU < DW < 4 - DL$  artinya tidak ada kepastian yang pasti.
- e. Analisis Korelasi *Pearson Product Moment*

Analisis Korelasi *Person Product Moment* adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan secara linier antara dua variabel. Diketahui pula apakah hubungannya positif atau negatif, dan apakah hubungannya signifikan atau tidak.<sup>68</sup>

<sup>67</sup> Sunjoyo, *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*, 73.

<sup>68</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, 39.

Adapun tujuan digunakannya analisis ini adalah untuk mencari hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Adapun langkah-langkah analisis korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

- 1) Menghitung nilai korelasi. Adapun rumus korelasi *Pearson Product Moment* yaitu:

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

Keterangan:

- r = koefisien korelasi antara X dan Y  
n = banyaknya pasangan data X dan Y  
 $\sum X$  = total jumlah dari variabel X  
 $\sum Y$  = total jumlah dari variabel Y

- 2) Menentukan interpretasi kasar nilai korelasi. Adapun nilai korelasi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>69</sup>

**Tabel 3.4**

**Interpretasi Nilai Korelasi *Pearson Product Moment***

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

f. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Secara

---

<sup>69</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 231.

umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:<sup>70</sup>

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen atau variabel terikat

X = Variabel independen atau variabel bebas

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi linier

#### g. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

Uji T digunakan untuk melakukan pengujian koefisien regresi secara sendiri-sendiri. Uji T digunakan untuk menguji signifikansi nilai parameter hasil regresi. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan nilai kritisnya ( $T_{tabel}$ ). Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:<sup>71</sup>

- 1)  $T_{hitung} \leq T_{tabel} - T_{hitung} \geq -T_{total} = H_0$  diterima
- 2)  $T_{hitung} \geq T_{tabel} - T_{hitung} \leq -T_{total} = H_0$  ditolak

#### h. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan atau kecocokan (*goodness of fit*) dari regresi linier sederhana. Jika  $R^2 = 1$ , berarti besarnya presentase sumbangan X 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

<sup>70</sup> Ating Soemantri dan Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*, 243

<sup>71</sup> Ali Anwar, *Statistik untuk Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya dengan SPSS dan Excel*, (Kediri: IAT Press, 2009), 146

semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y.<sup>72</sup> Rumus dari koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\mathbf{R^2 = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

$R^2$  = Nilai koefisien determinasi

R = Nilai koefisien korelasi

---

<sup>72</sup> Imam Ghazali, *Metode Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 125.