

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan judul yang telah kami susun rancangan penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni menggunakan penelitian kuantitatif yakni penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik.²⁸

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain²⁹. Dalam penelitian asosiatif, setidaknya ada dua variabel yang diteliti, yaitu:

- 1) Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhinya variabel dependen. Atau bisa diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain. Variabel ini menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian³⁰. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah kepuasan.
- 2) Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independent. Atau bisa diartikan sebagai variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel

²⁸ Ridwan dan Tita lestari, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 1992), 2.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2001), 7.

³⁰ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), 57.

bebas. Variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian³¹. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak pengaruh antara variabel X (Kepuasan) dengan variabel Y (Loyalitas pelanggan) Sabun Mandi Lifebuoy di Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri.

C. Populasi dan Sempel

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan³². Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri yang melakukan pembelian ulang produk Sabun Mandi Lifebuoy yang berjumlah 45 konsumen.

2) Sempel

³¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), 57.

³² Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Metodologi Penelitian Keuangan: Prosedur, Ide dan Kontrol cet. 1* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 18.

Sampel adalah sebagian dari populasi. Karena ia merupakan bagian dari populasi, tentulah ia harus memiliki ciri - ciri yang dimiliki oleh populasinya.³³ Sampel harus representative, artinya mewakili populasi agar dapat diambil kesimpulan berupa generalisasi. Kemudian untuk menentukan beberapa banyak sampel yang harus diambil dalam suatu populasi yang ada. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 45 konsumen dengan alasan karena populasinya kurang dari 100 sesuai dengan teori Suharsimi Arikunto yaitu jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10 – 15% atau 20 – 25%.³⁴

Pertimbangan tertentu itu misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Dalam penelitian ini pertimbangan itu meliputi:

- a) Merupakan pelanggan di Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri.
- b) Merupakan pelanggan Sabun Mandi Lifebuoy yang melihat dari factor kepuasan.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu sifat dapat memiliki bermacam – macam nilai, yang sering kali diartikan sebagai symbol yang padanya kita dapat

³³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 79.

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 112.

meletakkan bidang atau nilai.³⁵ Variabel – variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

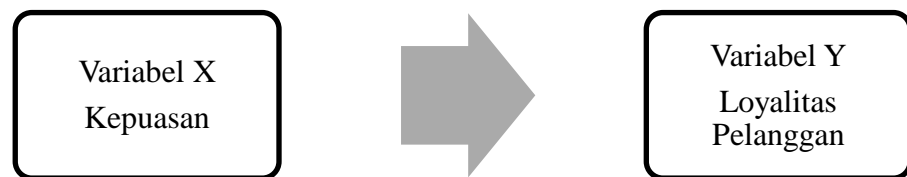
1. Variabel independent

Variabel independent atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel independent atau variabel terikat. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan kepuasan (X) sebagai variabel independent.

2. Variabel dependent

Variabel dependent atau variabel terikat adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel dependent.

E. Definisi Operasional



1) Kepuasan

Menurut Kotler, Kepuasan (X) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapan.³⁶ Hal ini bisa juga disebut sebagai kepuasan terhadap produk.

³⁵ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 60.

³⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 246.

Menurut Kotler, kepuasan diukur berdasarkan indikator – indikator, yaitu:³⁷

1. *Re-purchase*, artinya membeli kembali di mana 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 dari produk pesain.
4. Menciptakan keputusan pembelian pda perusahaan yang sama, artinya membeli produk lain dari perusahaan yang sama

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel X

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator Variabel
Kepuasan	<i>Re-purchase</i>	Menunjukkan kepuasan yang diukur berdasarkan pembelian ulang produk pada sabun mandi Lifebuoy 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 sabun mandi lain.

³⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 139.

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator Variabel
	Menciptakan Keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama	Menunjukkan kepuasan yang diukur berdasarkan melakukan pembelian produk lain pada merek yang sama.

Sumber: Meilina Dwi Andika (2018)

2) Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan (Y) adalah suatu ukuran ketertarikan pelanggan terhadap merek. Komitmen pelanggan 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.³⁸ Menurut Tjiptono, indikator yang membentuk loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kesetiaan.
2. Ketetapan pada merek.
3. Perilaku kebiasaan.
4. Keyakinan.
5. Kesukaan pada merek.
6. Merekomendasikan merek pada orang lain.

³⁸ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: ALFABETA, 2010), 126.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Y

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator Variabel
Loyalitas Pelanggan	Kesetiaan	Menunjukkan loyalitas pelanggan yang diukur dari kesetiaan melakukan pembelian ulang produk sabun mandi Lifebuoy.
	Ketetapan pada Merek	Menunjukkan loyalitas pelanggan yang diukur dari ketetapan untuk menggunakan produk sabun mandi Lifebuoy.
	Perilaku Kebiasaan	Menunjukkan loyalitas pelanggan yang diukur dari perilaku kebiasaan untuk tetap membeli produk sabun mandi Lifebuoy.
	Keyakinan	Menunjukkan loyalitas pelanggan yang diukur dari keyakinan yang kuat bahwa merek Lifebuoy adalah yang terbaik.
	Kesukaan pada Merek	Menunjukkan loyalitas pelanggan yang diukur dari kesukaan terhadap produk sabun mandi merek Lifebuoy.
	Merekomendasikan pada orang lain	Menunjukkan loyalitas pelanggan yang diukur dari merekomendasikan produk kepada orang lain.

Sumber: Sangjadi dan Sopiha (2013)

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.³⁹ Instrumen penelitian yang digunakan dalam

³⁹ Rully Indrawan dan R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*, (Bandung: PT. Rafika

penelitian ini adalah Teknik Kuisisioner dengan membagikan angket kepada responden. Teknik Kuisisioner dengan menggunakan angket merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.⁴⁰ Metode ini digunakan untuk menggali informasi tentang Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk sabun mandi Lifebuoy Pada konsumen di Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri.

G. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi dua yaitu:

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui pengukuran langsung, kuisisioner, kelompok panel.⁴¹ Kuisisioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Data primer dari penelitian ini yaitu kuisisioner yang diisi oleh pelanggan di Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri.

2) Data sekunder

Aditama,2014), 112.

⁴⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), 123.

⁴¹ Andra Tersiana, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Start Up, 2018), 75.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang telah dipublikasikan atau tidak dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan di olah oleh pihak lain.⁴² Dalam penelitian ini, pneliti mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca literatur, buku, artikel, jurnal, website, dan skripsi maupun tesis penelitian sebelumnya.

H. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel).⁴³ Dalam penelitian ini, metode angket diberikan kepda pelanggan Rejeki Muda Toserba Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri dalam rangka menggali data tentang pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

- 1) Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X) kepuasan.
- 2) Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (Y) loyalitas pelanggan.

⁴² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), 114.

⁴³ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 22.

I. Analisi Data

1) Editing

Sebelum pengumpulan data dilakukan, peneliti sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan dalam praktiknya, hasil kuesioner yang masuk dari responden masih banyak mendapatkan kesalahan. Oleh karena itu, *editing* diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan.

2) Coding

Coding adalah pemberian atau pembuatan kode – kode pada tiap – tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.⁴⁴ Coding dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk variabel bebas (independent), yaitu kepuasan (X)
- b. Untuk variabel terikat (dependent), yaitu loyalitas pelanggan (Y)

3) Scoring

Scoring 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:

⁴⁴ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 24.

Tabel 3.3
Skor

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STJ)	1

4) Tabulating

Tabulating data adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberikan kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara yang teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan seberapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam suatu kategori.

5) Processing

Processing yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.⁴⁵ Pada tahap ini yang digunakan merupakan analisis statistik sebagai berikut ini:

a) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

i. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi, begitu pula sebaliknya

⁴⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 184.

instrumen yang kurang valid mempunyai validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang sesuai tujuan, mengungkapkan data dari variabel yang diteliti dengan tepat.⁴⁶ Uji validitas merupakan prosedur pengujian untuk mengetahui apakah instrumen dapat mengukur dengan baik atau tidak.⁴⁷

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas konstruksi dengan rumus *Pearson (product moment)* dari Pearson dengan angka kasar, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = koefisien korelasi *pearson product moment*

x = skor setiap pertanyaan atau item

y = skor total

n = jumlah responden

ii. Uji reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat

⁴⁶ Andra Tersiana, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Start Up, 2018), hlm. 96-97.

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 168.

pengumpul data.⁴⁸ Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal dapat dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.⁴⁹ Pengujian reliabilitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁵⁰

- a. Nilai alpha 0,00 - 0,2 berarti kurang reliabel
- b. Nilai alpha 0,21 - 0,4 berarti agak reliabel
- c. Nilai alpha 0,41 - 0,6 berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha 0,61 - 0,8 berarti reliabel
- e. Nilai alpha 0,81 - 1,00 berarti sangat reliabel

b) Uji Asumsi Klasik

i. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi,⁵¹ variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan

⁴⁸ Andra Tersiana, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Start Up, 2018), 98.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2011), 130.

⁵⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

⁵¹ *Ibid.*, 105.

uji statistik Non-Parametrik Kolmogrov Smirnov(K-S). Jika nilai K-S tidak signifikan pada ($p < 0,05$) dengan kata lain residual berdistribusi normal. Uji normalitas dapat diketahui dengan mengamati histogram masing-masing variabel dan dengan melihat tingkat kecondongan yang merupakan selisih antara rata-rata dari nilai tengah. Hal ini menunjukkan simetri tidaknya distribusi data.

ii. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya ($t-1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi dengan data observasi sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson, di mana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin-Watson. Kriteria nilai Durbin-Watson dijelaskan di bawah ini:⁵²

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

⁵² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5*, 73.

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

iii. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Dan cara menganalisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Dengan melihat titik-titik pola, jika pola teratur maka terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika terdapat pola yang tidak jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 10 pada sumbu Y, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.⁵³

c) Korelasi

Analisis korelasi yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel yang diteliti. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian adalah korelasi *product*

⁵³ Saut Samuel Marrezeki, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Raya Futsal (Studi Pada Lapangan Raya Futsal*, (Skripsi: Universitas Lampung, 2016).

moment pearson yaitu untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan tmbal balik antara dua variabel. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (*r*). Adapun rumus dari koefisien korelasi tersebut adalah sebagai berikut:⁵⁴

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

Keterangan :

n = banyaknya pasangan data X dan Y

$\sum x$ = total jumlah dari variabel X (kemudahan)

$\sum y$ = total jumlah dari variabel Y (loyalitas pelanggan)

$\sum x^2$ = kuadrat dari total jumlah variabel X

$\sum y^2$ = kuadrat dari total jumlah variabel Y

$\sum xy$ = hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan variabel Y

Korelasi PPM dilambangkan dengan (*r*) dengan ketentuan nilai *r* tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq + 1$). Apabila nilai *r* = -1 artinya korelasinya negatif sempurna; *r* = 0 artinya tidk ada korelasi; dan *r* = 1 berarti korelasinya sangat kuat.

⁵⁴Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 67.

Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:⁵⁵

Tabel 3.4
Interpretasi Koefisien Nilai r

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

d) Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi tunggal yaitu mencari hubungan fungsional antara satu variabel predictor dengan variabel kriterium.⁵⁶ adapun rumusnya :

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = nilai konstanta

b = koefisien regresi dari variabel terikat

Langkah membuat persamaan regresi linier sederhana:

- 1) Membuat tabel penolong.
- 2) Mencari nilai konstanta a dan konstanta b.

⁵⁵Ibid, 68.

⁵⁶ Maman Abdurrahman, dkk. *Dasar – Dasar Metode Statistik*, 214.

Rumus :⁵⁷

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

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

3) Membuat persamaan regresi dengan rumus : $Y = a + bx$

e) Uji t

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

- 1) Menentukan tingkat signifikansi $\alpha=5\%$ atau 0,05 ukuran standart yang sering digunakan dalam penelitian.
- 2) Menentukan t hitung

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

Keterangan :

b = koefisien regresi

Sb = *standart error of regression*

3) Kriteria pengujian

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq - t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq - t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak⁵⁸

f) Koefesien Determinasi

⁵⁷ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66.

⁵⁸ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: ALFABETA, 2007), 194.

Koefisien determinasi (R) bertujuan mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.⁵⁹ Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (kemudahan) dalam menjelaskan variabel terikat Y (loyalitas pelanggan). Kriteria pengujian $R^2 = 0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat. Rumus dari koefisien determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi

⁵⁹ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS ...*, 79.