

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu,<sup>1</sup> untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan.<sup>2</sup>

#### A. Rancangan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif yakni penelitian yang hasil penelitiannya disajikan berupa angka-angka dan analisa menggunakan statistik. Kemudian, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpul dari responden dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono, penelitian survei adalah pengumpulan data yang menggunakan instrumen kuesioner atau wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden.<sup>3</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh pengalaman terhadap loyalitas pengguna sarung BHS menurut santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar kidul Kota Kediri Tahun 2021. Maka, rancangan penelitian ini untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional antara variabel bebas X yaitu tingkat pengalaman terhadap variabel Y yaitu loyalitas konsumen.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), 2.

<sup>2</sup> Suharsimi Arikunto, *Metodologi penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), 112.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2015), 13.

## B. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini ada 2 variabel. Sesuai dengan paradigma yang ada terdapat satu variabel independen/bebas dan satu variabel dependen/terikat.

### 1. Variabel bebas (X) (Independent Variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah: pengalaman (*experiential marketing*) adalah proses mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dan aspirasi yang menguntungkan, melibatkan pelanggan melalui komunikasi dua arah yang membawa kepribadian merek untuk hidup dan menambah nilai target pada konsumen.<sup>4</sup>

### 2. Variabel terikat (Y) (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain. Variabel ini berubah atau muncul akibat dari pengaruh variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau jasa yang diminati secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku berpindah.

Loyalitas konsumen diukur dengan berdasarkan faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, hal tersebut mengacu kepada teori Zikmund dalam bukunya Vanessa Gaffar yaitu : Ikatan Emosi (*Emotional Bonding*), Kepercayaan (*Trust*), Kepuasan (*Satisfaction*), Kemudahan (*Choice reduction and habit*), Pengalaman (*History with the company*).<sup>5</sup>

Berdasarkan dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat tersebut, dapat diidentifikasi berdasarkan indikator pada masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasioanal Variabel X**

| No | Variabel | Indikator Variabel | Deskripsi Variabel |
|----|----------|--------------------|--------------------|
|----|----------|--------------------|--------------------|

<sup>4</sup> Gaffar, *Management and Marketing Public Relations*, (Bandung: ALFABETA, 2007), 72.

<sup>5</sup> Ibid., 72.

|   |                   |              |   |
|---|-------------------|--------------|---|
| 1 | Pengalaman<br>(X) | Panca Indera | Panca indera menciptakan rasa                       |
| 2 |                   | Perasaan     | Perasaan melalui pembelian produk/jasa              |
| 3 |                   | Berpikir     | Berpikir melakukan pembelian produk/jasa            |
| 4 |                   | Tindakan     | Konsumen mendapat pengalaman                        |
| 5 |                   | Hubungan     | Konsumen menggunakan produk/jasa sebagai gaya hidup |

Sumber: Indikator pengalaman (*experiential marketing*) menurut Farida Jasfar (2009) dalam skripsi Navikhatul Oktaviani.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009),164.

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Y**

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

Sumber: Indikator Loyalitas Konsumen menurut Jill Griffin (2005) dalam skripsi Navikhatul Oktaviani.

### **C. Lokasi Penelitian**

Pondok Pesantren Al-Ishlah beralamatkan di Jl. Kh. Hasyim Asy'ari No.1, Bandar Kidul, Kec. Mojojoto, Kota Kediri, Jawa Timur 64118.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### 1. Populasi

Menurut Sugiono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini populasinya adalah santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar kidul Kota Kediri Tahun 2021 yang menggunakan sarung BHS berjumlah 147 santri.

<sup>7</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* ( Bandung: Alfabeta, 2013),100.

## 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang dipilih peneliti dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>8</sup> Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang mana dapat memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>9</sup> Teknik *sampling* yang digunakan peneliti pada *probability sampling* ini adalah dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata atau golongan yang ada dalam populasi tersebut. Sampel peneliti adalah santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar kidul Kota Kediri Tahun 2021 yang menggunakan sarung BHS. Untuk penentuan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:<sup>10</sup>

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Taraf kesalahan (error) sebesar 0,05 (5%)

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

$$n = \frac{147}{1 + 147(0,05)^2}$$

$$n = \frac{147}{1 + 0,36}$$

$$n = \frac{147}{1,36}$$

$$n = 108,08 = 108 \text{ sampel}$$

Dari perhitungan di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 108 santri Pondok

Pesantren Al-Ishlah Bandar kidul Kota Kediri Tahun 2021 yang menggunakan sarung BHS.

---

<sup>8</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), 74.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* ( Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

<sup>10</sup> *Ibid.*, 219.

## E. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya.<sup>11</sup> Data primer dalam penelitian ini berupa data mengenai gambaran umum responden, penelitian umum responden mengenai pengalaman (*history with the company*) dan loyalitas konsumen pada pengguna sarung BHS. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui hasil pengelolaan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga-lembaga penelitian swasta atau pemerintahan. Data dapat diperoleh dari masing-masing lembaga tersebut, baik itu berupa laporan-laporan, buku-buku, profil, atau literatur yang lainnya.<sup>12</sup>

## F. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang diinginkan adalah sebagai berikut:

### 1. Angket

Metode angket dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertentu yang akan dijawab responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>13</sup>

Dalam metode ini peneliti menggunakan angket terstruktur (*structure cuestionnaire*) yaitu jawaban yang diajukan sudah disediakan oleh peneliti. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa jawaban atas rumusan masalah, yaitu:

- a. Pengalaman (*history with the company*) dalam menggunakan sarung BHS
- b. Loyalitas konsumen terhadap sarung BHS
- c. Pengaruh pengalaman terhadap loyalitas konsumen pada sarung BHS.

### 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 suatu objek.<sup>14</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai:

- 1) Segala hal yang terkait dengan sarung BHS

---

<sup>11</sup> Supramono dan Sugianto, *Statistika*, (Yogyakarta: Adi offset, 1993), 58.

<sup>12</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 114.

<sup>13</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 127

<sup>14</sup> Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), 69.

## 2) Sejarah sarung BHS

### G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sesuatu yang terpenting dan strategis kedudukannya di dalam keseluruhan kegiatan penelitian. Selain itu juga merupakan alat bantu peneliti dalam pengumpulan data.<sup>15</sup> Alat bantu untuk instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

#### 1. Pedoman Observasi

Alat bantu yang digunakan peneliti ketika mengumpulkan data melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diselidiki yaitu berupa kertas dan buku serta alat tulis.

#### 2. Pedoman Angket

Angket merupakan suatu lembaran yang berupa pertanyaan yang dijawab oleh responden, dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang dipilih. Alat ini untuk mengetahui pengaruh pengalaman (*history with the company*) terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini akan menggunakan daftar pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan pengalaman terhadap loyalitas konsumen.

---

<sup>15</sup> Ridwan, *Skala pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 52

### 3. Pedoman Dokumentasi

Dokumentasi 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 suatu objek. Data sekolahan dan siswa yang diperoleh dari kantor tata usaha sarung BHS.

## H. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.<sup>16</sup> 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 produk moment dan analisis regresi dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 21. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:<sup>17</sup>

#### 1. *Editing* (Membersihkan Diri)

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.

#### 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 variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini coding dan categorizing adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk variabel pertama, yaitu Pengalaman (X)
- 2) Untuk variabel kedua, yaitu Loyalitas Konsumen (Y)

#### 3. *Scoring*

---

<sup>16</sup> Tanzeh, *Pengantar Metode...*, 103

<sup>17</sup> Mazuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81



*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).

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut:

- 1) Sangat Sesuai (SS) bobot nilai : 5
- 2) Sesuai (S) bobot nilai : 4
- 3) Netral (N) bobot nilai : 3
- 4) Tidak Sesuai (TS) bobot nilai : 2
- 5) Sangat Tidak Sesuai (STS) bobot nilai : 1

Sedangkan penentuan skor untuk pernyataan negatif sebagai berikut:

- 1) Sangat Sesuai (SS) bobot nilai : 1
- 2) Sesuai (S) bobot nilai : 2
- 3) Netral (N) bobot nilai : 3
- 4) Tidak Sesuai (TS) bobot nilai : 4
- 5) Sangat Tidak Sesuai (STS) bobot nilai : 5

#### 4. *Tabulating* (Tabulasi)

Tabulasi adalah 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 peristiwa.

#### 5. Deskripsi Data

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

##### 1) Uji *Validitas*

*Validitas* adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS 21.

##### 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 21. Ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>18</sup>

- 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*

### 3) Analisa Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat pengalaman dan tingkat loyalitas konsumen terhadap Sarung BHS.

### 4) Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji *Multikolinieritas*

Uji *Multikolinieritas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu ada hubungan linier antar variabel independen dalam modal regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya *multikolinieritas*. Ada beberapa metode-metode pengujian yang bisa digunakan:

- Dengan menggunakan nilai *inflation* (VIF) pada model regresi.
- Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak (R).
- Dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*. Pada penambahan ini akan dilakukan uji *multikolinieritas* dengan melihat nilai *inflation* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso, pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.<sup>19</sup>

#### b) Uji *Autokorelasi*

Uji *Autokorelasi* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi antara *residual* ada atau pengamatan dengan

---

<sup>18</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009),97

<sup>19</sup> Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68

pengamatan pada model regresi.<sup>20</sup> Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika  $d$  lebih kecil dari  $D_L$ . Atau lebih besar dari  $(4 - d_L)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat auto korelasi.
- Jika  $d$  terletak antara  $d_L$  dan  $d_U$  atau diantara  $(4 - d_U)$  dan  $(4 - d_L)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai  $d_U$  dan  $d_L$  dapat diperoleh tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

c) Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *Heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *Heteroskedastisitas*. Yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.<sup>21</sup> Cara untuk memprediksi ada tidaknya *Heteroskedastisitas* pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*, regresi yang tidak terjadi *Heteroskedastisitas* jika:

- Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau disekitar 0
- Titik-titik data yang mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- Penyebaran titik-titik data tidak terpola.

d) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Normalitas dapat dilihat pada grafik *Norma Probability Plot* dengan bantuan SPSS 22. Model regresi yang baik seharusnya distribusi residunya normal atau mendekati normal.

6. Uji Korelasi

Analisis korelasi menggunakan teknik *Person Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara Variabel bebas (X) dengan Variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.<sup>22</sup> Adapun rumusnya sebagai berikut:

---

<sup>20</sup> Ibid, 68

<sup>21</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180

<sup>22</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006),197

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

Keterangan:

r : Korelasi *Person Product Moment*

n : Jumlah sampel

x : Skor setiap pertanyaan/item

y : Skor total.<sup>23</sup>

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi nilai r *Product Moment***

| Besarnya “r”<br>Product Moment | Interprestasi  |
|--------------------------------|--|
| 0,00-0,19                      | Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi, tapi sangat lemah.       |
| 0,20-0,39                      | Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang lemah atau rendah.   |
| 0,40-0,79                      | Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sedang atau cukupan. |
| 0,80-1,00                      | Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sangat kuat.         |

#### 7. Regresi Sederhana

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

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Loyalitas Konsumen)

a : Konstanta

x : Variabel bebas (Pengalaman)

b : Koefisien regresi

#### 8. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat:

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

$t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  jadi  $H_0$  ditolak

#### 9. Koefisien Determinasi

<sup>23</sup> Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 304

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.<sup>24</sup> Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (Pengalaman) dalam menjelaskan variabel terikat Y (Loyalitas Konsumen).

---

<sup>24</sup> Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79