



BAB III

Metode Penelitian

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A Objek Penelitian

Penelitian ini akan mengikutsertakan objek penelitian berupa analisa pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek PT .Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Yang akan menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang JNE di daerah Jakarta.

B Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014), metode penelitian dibagi menjadi delapan perspektif, yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini termasuk penelitian formal, penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan – pertanyaan penelitian yang telah diajukan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara berkomunikasi, yaitu dengan menyebarkan kuesioner berisi pertanyaan – pertanyaan seputar layanan JNE. Metode pengumpulan data dengan cara ini dipilih karena dengan melakukan kuesioner ini, peneliti dapat mendapatkan banyak data yang lebih akurat secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



langsung (data premier) dari konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang JNE.

3 Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*. Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian yang kejadian atau peristiwa yang telah terjadi secara nyata atau fakta. Oleh sebab itu, penulis tidak dapat mengendalikan variabel bebas. Penelitian ini bersifat tidak dapat dimanipulasi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *causal-predictive* (sebab akibat), dan hasil dari penelitian ini adalah menjawab pertanyaan mengapa suatu variabel dapat mengakibatkan perubahan atau pengaruh persepsi pelanggan terhadap produk. Dalam kasus ini produk yang dimaksud adalah layanan – layanan dari PT. JNE.

5. Dimensi Waktu

Jenis dimensi waktu yang digunakan adalah *cross sectional* (studi lintas seksi). *Cross sectional* dilaksanakan satu kali dan mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada waktu tertentu. Penelitian akan dilaksanakan selama bulan November 2017.



6. Ruang Lingkup Topik

- C Penelitian ini menggunakan studi desain *statistic*. Tujuan dengan metode ini adalah untuk memperluas studi. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji *statistic*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. Lingkungan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan dan keadaan nyata. Data-data yang didapatkan berasal dari sumber langsung dari lapangan yang merupakan pelanggan JNE. Data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan JNE dan mengisi kuesioner tentang JNE secara *online*, khusus nya untuk pelanggan di wilayah Jakarta dan pelanggan dari agen JNE Casadial Family.

8. Persepsi Subjek

Kesimpulan dari penelitian ini akan sangat bergantung pada setiap jawaban – jawaban yang didapatkan dari data *premier* (konsumen) pengguna jasa pengiriman barang JNE. Oleh karena itu, penting bagi penulis dalam memberikan pengertian kepada subjek penelitian sehingga persepsi negatif dapat dihindari saat penelitian.

C. Variabel Penelitian

Menurut Juliansyah Noor (2017:47), variabel adalah suatu sebutan yang dapat diberi nilai angka (kuantitatif) atau nilai mutu (kualitatif). Variabel merupakan pengelompokkan secara logis dari dua atau lebih atribut objek yang diteliti. Di dalam penelitian ini, akan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dibahas 3 variabel yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan merek, dan loyalitas merek. Berikut ini adalah aspek – aspek dari variabel tersebut:

1. Variabel Bebas

Menurut Robbins dalam Juliansyah Noor (2017:48), variabel bebas atau *independent variable* merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat, dan biasanya dinotasikan dengan symbol X. Penelitian ini memiliki 2 variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan merek.

- a) Variabel kualitas pelayanan menurut A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry, lewat artikel mereka di *Journal of Marketing* (1985) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten.
- b) Variabel kepercayaan merek menurut Delgado (2003) adalah perasaan aman yang dimiliki konsumen akibat dari interaksinya dengan sebuah merek, yang berdasarkan persepsi bahwa merek tersebut dapat diandalkan dan bertanggung jawab atas kepentingan dan keselamatan dari konsumen.



Tabel 3.1.

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan	<p>a. <i>Tangibles / Bukti langsung</i> : merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.</p> <p>b. <i>Reliability / Keandalan</i> : merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.</p> <p>c. <i>Responsiveness / Ketanggapan</i> : merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat</p>	<p>a. Tanggapan konsumen terhadap tanggung jawab JNE ketika barang konsumen hilang/ rusak/ bermasalah selama pengiriman berlangsung.</p> <p>b. Pendapat konsumen terhadap kecepatan pelayanan JNE dari pengiriman hingga sampainya barang sesuai waktu yang dijanjikan.</p> <p>c. Tanggapan konsumen terhadap kerapihan, keramahan, dan ketangkasan dari pegawai JNE.</p>	Interval

Hak Cipta Ditundangi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.</p>	<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian</p>	<p>menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan.</p> <p>d. <i>Assurance / Jaminan</i> : merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.</p> <p>e. <i>Emphaty / Empati</i> : merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.</p>	<p>d. Apakah pihak JNE berlaku sopan pada konsumen dan karyawan JNE menguasai produk layanan yang ada pada JNE.</p> <p>e. Keaktifan karyawan dan cara jawab layanan JNE ketika konsumen JNE mengalami permasalahan.</p>	
<p>2</p>	<p>Kepercayaan Merek</p>	<p>a. <i>Brand Reliability</i> : Kehandalan merek yang</p>	<p>a. Apakah pihak JNE telah memberikan</p>	<p>Inter val</p>



<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.</p>	<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian</p>	<p>bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan atau dengan kata lain persepsi bahwa merek tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan.</p> <p>b. <i>Brand Intention</i> : Minat pada merek mencerminkan keyakinan konsumen bahwa merek tersebut mampu mengutamakan kepentingan konsumen ketika masalah dalam konsumsi produk muncul secara tidak terduga</p>	<p>pelayanan terbaik sesuai dengan janji JNE dimana pengiriman adalah “express”</p> <p>b. Apakah pihak JNE mau bertanggung jawab akan hilangnya / rusaknya barang konsumen (jika diasuransi) seperti janjinya yang akan mengganti 10x lipat dari harga pengiriman paket.</p>	
---	---	---	--	--

2. Variabel Terikat

Menurut Robbins dalam Juliansyah Noor (2017:49), variabel terikat atau dependent variable merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, dan biasanya dinotasikan



dengan Y. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya Variabel bebas. Disebut variabel terikat karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel independent. Penelitian ini memiliki 1 variabel terikat yaitu loyalitas merek.

- a) Variabel loyalitas merek menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sudaryono (2016:82) adalah salah satu pilihan yang konsisten atau pembelian merek yang sama yang dilakukan oleh konsumen atas suatu produk tertentu.

Tabel 3.2

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Loyalitas Merek	<p>a. Perilaku : Yaitu perilaku pelanggan untuk kembali membeli, menunjukkan adanya kesukaan (<i>preference</i>) sepanjang waktu terhadap suatu merek atau pelayanan.</p> <p>b. Sikap : kemauan (<i>intention</i>) pelanggan untuk membeli kembali dan merekomendasikan, adalah indikator baik dari</p>	<p>a. Apakah konsumen akan menggunakan jasa pengiriman barang JNE di kemudian hari dibandingkan menggunakan jasa layanan lain.</p> <p>b. Apakah konsumen mau merekomendasikan JNE kepada kerabatnya.</p>	Interval

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.	© Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	seseorang pelanggan yang loyal (setia).		
----	---	---	--	--

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Juliansyah Noor (2017:154), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Di dalam penelitian ini, teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *Convenience Sampling*. Responden yang dipilih berdasarkan kriteria penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang JNE, dalam artian sebagai pembeli maupun penjual bisnis online, atau sebagai pengirim pribadi. Kuesioner akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen JNE yang telah menggunakan jasa JNE di tempat yang bersangkutan dan secara *online* dengan menggunakan Google Form.

E. Teknik Pengumpulan data

Untuk mendapatkan data yang digunakan di dalam penelitian ini, maka dilakukan penelitian lapangan berupa teknik komunikasi. Teknik komunikasi digunakan untuk mengumpulkan data premier yang berasal dari konsumen pengguna jasa pengiriman barang JNE. Dalam proses mendapatkan data premier ini, penulis menyebarkan kuesioner. Teknik ini digunakan secara langsung di lapangan guna mendapatkan data yang diperlukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



F. Teknik Analisis Data

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka peneliti mengelola data tersebut untuk dianalisis agar dapat menjadi informasi yang berguna untuk menjawab masalah yang ada. Alat bantu berupa *software* komputer yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20.0, adapun model pengukuran data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah:

a) Uji Validitas

Menurut Juliansyah Noor (2017:132) Validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar – benar mengukur apa yang diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui butir-butir pertanyaan yang diajukan dalam instrument (kuisisioner) valid atau tidak. Hasil penelitian adalah valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Penelitian ini akan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Berikut ini adalah rumus yang digunakan:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum (X)^2 - (\sum X)^2)(n \sum (Y)^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien validitas

n : jumlah responden

X : Nilai pembanding
Y : Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya

b) Uji Reliabilitas

Menurut Juliansyah Noor (2017:130), reliabilitas atau keterandalan ialah indeks yang menunjukkan sejumlah mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan *relibel* atau handal jika jawban seseorang terhadap pertanyaan kuesioner adalah stabil dari waktu ke waktu. Jadi reliabilitas merupakan instrument yang dipakai untuk menunjukan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali. Dari sekian banyak teknik untuk mengukur reliabilitas, penulis menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yang rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2_t} \right]$$

Keterangan :

- r_{ii} = Koefisien reliabilitas
- k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians butir
- σ^2_t = varians total

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Analisis Deskriptif

Menurut Iman Ghozali (2016:19) Statistika deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (*mean*), *standart* deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, *range*, kurtosis, *skewness* (kemencengan distribusi), dan perhitungan deskriptif *statistic* dapat dilakukan melalui:

a) Porsentase

Porsentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persen terutama dalam mendeskripsikan data responden yaitu jenis kelamin, usia, frekuensi mengkonsumsi dan pekerjaan.

Rumus yang digunakan adalah :

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100 \%$$

Keterangan :

Fr_i = frekuensi relative

$\sum f_i$ = frekuensi

n = Jumlah responden

b) Rata – rata Hitung Tertimbang

Rata – rata hitung tertimbang (*weighted average*) adalah rata – rata yang dihitung dengan memperhitungkan timbangan/ bobot untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



setiap datanya. Setiap penimbang atau bobot tersebut merupakan pasangan setiap data. Berikut adalah rumus yang digunakan:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i X_i}{\sum f_i}$$

keterangan:

\bar{x} = skor rata – rata tertimbang

f_i = frekuensi (bobot)

X_i = Skor

$\sum f_i$ = jumlah responden

c) Rentang Skala

Dalam penelitian ini, rentang skala yang akan digunakan adalah skala Likert, dimana skala ini didesain untuk mengetahui seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan pada skala 5 titik, dimana 1 menunjukkan nilai terendah dan 5 menunjukkan nilai tertinggi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Table 3.3

Skala Peringkat	Skor Penilaian
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

$$Range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

m = skor tertinggi

p = skor terendah

b = banyak skor

Di dalam penelitian ini, nilai tertinggi adalah 5 dan nilai terendah adalah 1, maka rentang skala yang diperoleh adalah:

$$Range = \frac{5 - 1}{1} = 0.8$$

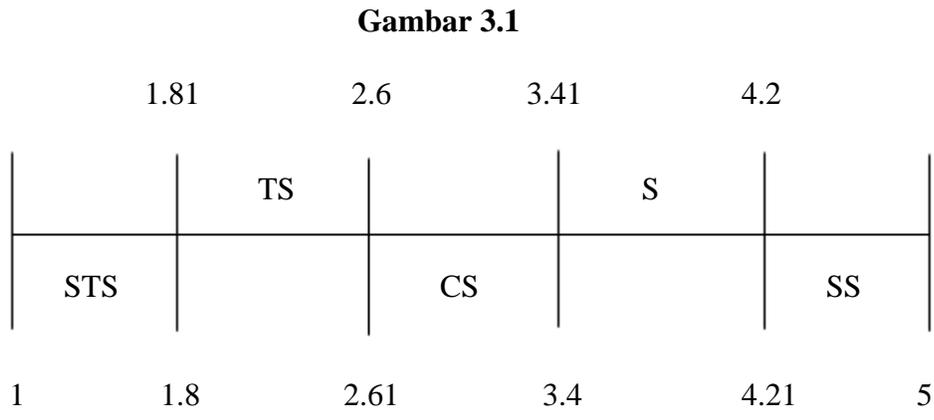
Dari perhitungan diatas, maka rentang skala yang didapat dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Interpretasi angka – angka yang tercantum di atas adalah :

Tabel 3.4

Rentang Skala	Kategori	Kualitas Pelayanan	Kepercayaan Merek	Loyalitas Merek
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Rendah
1,81 - 2,60	Tidak Setuju (TS)	Tidak Baik	Rendah	Rendah
2,61 - 3,40	Cukup Setuju (CS)	Cukup Baik	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
3,41 - 4,20	Setuju (S)	Baik	Tinggi	Tinggi
4,21 - 5,00	Sangat Setuju (SS)	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

3. Analisis Regresi Ganda

Peneliti menggunakan analisis regresi ganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus yang digunakan adalah :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber; a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah; b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	=	Loyalitas Merek
X ₁	=	Kualitas Pelayanan
X ₂	=	Kepercayaan Merek
β ₀	=	Nilai Konstanta
β _{1,2}	=	Koefisien Regresi

Persamaan regresi tersebut diatas akan diestimasi dengan metode Ordinary Least Square (OLS), sehingga persamaan estimasi tersebut adalah:

$$\hat{y} = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

a) Asumsi Klasik

Persyaratan dalam estimasi persamaan regresi dengan metode OLS harus memenuhi asumsi klasik sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan :

Tidak tolak Ho bila probabilitas ≥ 0.05



Tolak H_0 bila probabilitas < 0.05

2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel terikat. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF dari masing-masing variable dengan menggunakan *software* SPSS. Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika nilai $\text{tolerance} \geq 0.10$ atau $\text{VIF} < 10$ maka tidak terdapat multikolinieritas.
- b) Jika nilai $\text{tolerance} < 0.10$ atau $\text{VIF} \geq 10$ maka terdapat multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas

4) Uji Otokorelasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Menurut Ghozali (2016:107), Uji Otokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* otokorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada otokorelasi.

b) Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi signifikan, dengan melihat kelayakan model regresi yang akan digunakan di dalam penelitian ini. Berikut ini adalah kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi yang signifikan atau tidak signifikan:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a: \text{Paling tidak ada satu } \beta_i \neq 0$$

- i. Dari table ANOVA, diperoleh nilai F hitung dan Sig. F untuk model regresi.
- ii. Bandingkan nilai Sig.F dengan $\alpha = 0,05$
 - a. Jika nilai $\text{Sig.F} \geq 0,05$ maka model tersebut tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.
 - b. Jika nilai $\text{Sig.F} \leq 0,05$ maka model layak untuk digunakan dalam penelitian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c) Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dan untuk melihat signifikansi model regresi. Pengambilan keputusan untuk terima atau tolak hipotesis penelitian ini didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel terikat dan variabel bebas. Kriteria yang akan digunakan untuk melihat apakah variabel terikat signifikan atau tidak adalah:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_a : \beta_i \neq 0$$

Keterangan : $i = 1,2$

Dari table koefisien, diperoleh nilai t hitung dan Sig. *2 tailed* untuk masing – masing variabel terikat yang diuji.

- i. Bandingkan nilai Sig.t (*two tailed*) dengan $\alpha = 0,05$
 - a. Jika nilai Sig.t $\geq \alpha$ maka variabel bebas tidak terbukti berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai Sig.t $< \alpha$ maka variabel bebas terbukti berpengaruh terhadap variabel terikat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.