

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai objek penelitian, disain penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan data, teknik pengumpulan sampel dan teknik analisis data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini.

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah promosi, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading. Sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di Mall Kelapa Gading.

B. Disain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146) disain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Disain penelitian meliputi rencana awal pengumpulan, pengukuran, dan analisis data untuk membantu peneliti dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas dengan membuat pilihan-pilihan penting dalam metodologi.

Dalam Cooper dan Schindler (2017:147-152) desain penelitian diklasifikasikan dengan delapan perspektif, yaitu:



1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Studi dapat dipandang sebagai studi eksploratif atau formal. Perbedaan utama dari kedua pilihan tersebut adalah tingkatan struktur dan tujuan studi. Studi eksploratif (*exploratory studies*) cenderung memiliki struktur yang lebih longgar dengan tujuan untuk menemukan tugas penelitian selanjutnya. Tujuan utama eksplorasi adalah untuk mengembangkan hipotesis atau pertanyaan dalam penelitian selanjutnya. Studi formal (*formal studies*) dimulai saat eksplorasi berakhir - studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan data

Pengklasifikasian membedakan antara pengamatan dan proses komunikasi. Pengamatan (*monitoring*) melibatkan studi dimana peneliti menyelidiki aktivitas subyek atau sifat alami dari beberapa materi tanpa berusaha untuk mengurangi respons dari siapapun. Studi komunikasi ini dapat dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada subyek penelitian dengan cara yang personal maupun impersonal, lalu mengumpulkan informasi yang telah diperoleh dari subjek tersebut.

Metode yang digunakan adalah dengan *survey*. Pada cara *survey*, peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isi yang harus diisi dan diberikan kepada subyek penelitian ini.



3. Kontrol Peneliti terhadap variabel

Dilihat dari kemampuan peneliti dalam konteks untuk memanipulasi variabel-variabel. Studi pengendalian variabel ini dapat berupa desain eksperimental dan desain *ex post facto*. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*. Pada desain *ex post facto* peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel, peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk studi kausal. Dengan studi ini, peneliti bermaksud untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh promosi, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO. Studi ini bermaksud untuk memprediksi efek kepada suatu variabel dengan memanipulasi variabel lainnya, sementara variabel-variabel diluar itu dianggap konstan.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional*, yaitu studi yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu. Penelitian ini mirip dengan kegiatan memotret suatu objek. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari



karakteristik sampel. Generalisasi tentang temuan penelitian disajikan berdasarkan representasi sampel dan validitas desain.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field study*), dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan aktual. Dimana penelitian dilakukan berdasarkan pada kondisi lapangan.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa adanya penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

Variabel Penelitian

Tujuan definisi operasional dalam penelitian pada dasarnya untuk memberikan pemahaman dan pengukuran terhadap konsep. Definisi operasional akan selalu menjadi definisi yang digunakan untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang dikemukakan dalam hipotesis dan teori.

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading, kualitas layanan toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading, kepuasan konsumen toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading, dan loyalitas konsumen toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading.



2. Skala yang Digunakan dan Definisi Operasional Variabel

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

Skala yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2014:40) skala Likert merupakan variasi skala *rating* yang paling sering digunakan, skala *rating* akhir terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan atas objek yang diamati. Partisipan diminta untuk menyetujui atau tidak menyetujui setiap pernyataan, setiap tanggapan diberikan skor numerik yang menunjukkan sikap kesukaan, dan skor ini dapat dijumlah untuk mengukur sikap partisipan secara keseluruhan.

Tabel 3.1
Tabel Skala Likert

Skala peringkat	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan independen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel independen (yang mempengaruhi) dalam penelitian ini adalah promosi, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen. Sedangkan variabel dependen (yang dipengaruhi) adalah loyalitas konsumen. Kedua variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

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.



a. Variabel Independen (*Independent Variabel*)

(1) Promosi

Tabel 3.2

Dimensi dan Indikator Promosi

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi (Diadaptasi dari Ali Hasan : 2013)	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	1. Anda tertarik dengan promosi penjualan berupa potongan harga sehingga berminat membeli	Interval
		2. Anda tertarik dengan promosi penjualan berupa sampel gratis sehingga berminat membeli	
	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	1. Anda tertarik dengan promosi yang disampaikan melalui banyak media seperti media sosial dan media cetak sehingga berminat membeli	Interval
		2. Anda tertarik dengan berbagai variasi promosi yang ditawarkan sehingga berminat membeli	
	Periklanan (<i>Advertising</i>)	1. Anda tertarik dengan promosi yang dilakukan karena tidak mengurangi kualitas produk sehingga berminat membeli	Interval
		2. Anda tertarik dengan promosi yang ditawarkan karena sesuai dengan yang disampaikan sehingga berminat membeli	

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.



(2) Kualitas Layanan

Tabel 3.3

Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (Diaptasi dari Kotler & Keller : 2016)	Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Karyawan toko roti sudah baik dalam bersikap (ramah dan sopan) kepada Anda	Interval
		2. Karyawan toko roti sudah baik dalam memberikan informasi mengenai produk	
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	1. Karyawan toko roti kesigapannya dalam menangani kebutuhan pesanan Anda sudah baik	Interval
		2. Karyawan toko roti ketanggapannya dalam mengatasi keluhan sudah baik	
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	1. Karyawan toko roti kemampuannya dalam menjawab pertanyaan mengenai produk sudah baik	Interval
		2. Toko roti menjamin karyawannya dapat berkomunikasi dengan baik	
	Empati (<i>Emphaty</i>)	1. Karyawan toko roti sudah baik dalam menangani kritik dan saran dari Anda	Interval
		2. Karyawan toko roti sudah baik dalam melayani	
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	1. Toko roti sudah baik karena mempunyai disain outlet dan interior yang menarik	Interval
		2. Karyawan toko roti sudah baik dalam berpenampilan (rapid an menarik)	

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.



(3) Kepuasan Konsumen

Tabel 3.4

Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen (Diaptasi dari Ali Hasan : 2013)	<i>Serviceability</i>	1. Anda puas dengan kemudahan penyampaian keluhan yang diberikan oleh toko roti ini	Interval
		2. Anda puas dengan kecepatan penanganan keluhan yang diberikan oleh toko roti ini	
	<i>Communication</i>	1. Anda puas dengan kemampuan karyawan dalam menyampaikan berbagai informasi	Interval
		2. Anda puas dengan kemampuan karyawan dalam berkomunikasi secara baik dengan Anda	
	<i>Courtesy</i>	1. Anda puas dengan kesopanan karyawan dari toko roti ini	Interval
		2. Anda puas dengan sikap bersahabat dari karyawan toko roti ini	
	<i>Tangibles</i>	1. Anda puas dengan disain outlet dan interior dari toko roti ini	Interval
		2. Anda puas dengan karyawan yang selalu berpenampilan rapi dan menarik dari toko roti ini	
	<i>Understanding Customer</i>	1. Anda puas dengan kemampuan karyawan dalam menangani kebutuhan Anda	Interval
		2. Anda puas dengan kemampuan karyawan dalam menangani keinginan Anda	

(C) 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.



b. Variabel Dependen (*Dependent Variabel*)

Tabel 3.5

Dimensi dan Indikator Loyalitas Konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Konsumen (Diadaptasi dari Griffin : 2017)	Melakukan pembelian berulang yang teratur	1. Anda akan membeli kembali produk di toko roti ini	Interval
		2. Anda akan melakukan pembelian secara rutin di toko roti ini dibanding di toko roti pesaing	
	Membeli antar lini produk dan jasa	1. Anda akan tetap membeli produk dari toko roti ini walaupun tidak sesuai dengan produk utamanya (misalnya Yogurt, Selai, Biskuit, dan lain-lain)	Interval
		2. Anda akan sulit beralih ke toko roti lain (sekali toko roti ini tetap toko roti ini)	
	Mereferensikan kepada orang lain	1. Anda akan merekomendasikan toko roti ini kepada teman atau keluarga bila diminta	Interval
		2. Anda akan mengajak teman atau keluarga untuk datang ke toko roti ini bila diminta	

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *survey*. Data yang dipelajari diambil dalam populasi, sehingga ditemukan kejadian-kejadian yang berhubungan antara variabel secara sosiologis. Pendekatan yang dilakukan penulis adalah *survey* yang dikelola dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis pada responden yang untuk dijawab. Kuesioner diberikan kepada responden yang pernah berbelanja di toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup, dengan

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.



harapan diperoleh informasi mengenai promosi, kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading.

E. Teknik Pengambilan Sampel

1. Penentuan Populasi

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung atau orang yang pernah membeli di toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, atau J.CO di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.

2. Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Peneliti akan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pengunjung toko roti Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *Judgement Sampling (Purposive Sampling)* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Dalam penelitian ini syarat responden yang dipilih adalah responden yang dalam jangka waktu sebulan terakhir pernah berbelanja di toko roti



yang bersangkutan. Jumlah responden yang diambil adalah 200 responden pengunjung Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO.



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

F. Teknik Analisis Data

Menurut Duwi Priyatno (2016: 1) , analisis data adalah kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis dan dapat dilakukan interpretasi. Analisis data pada penelitian kuantitatif bisa dilakukan secara manual dengan menghitung menggunakan rumus-rumus statistik atau menggunakan program bantu statistik seperti SPSS, Minitab, XL-Stat dan lainnya. Contoh analisis data yaitu analisis korelasi, regresi linier, Independent Test, Paired Sample t Test, One way ANOVA, dan lain-lain.

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, data harus diolah agar dapat berguna bagi penelitian. Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan alat bantu berupa *software* SPSS 20.0. Teknik analisis data yang digunakan peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Menurut Duwi Priyatno (2016: 143), validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapatkan tidak dapat dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Sedangkan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu :

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) Jika nilai t hitung $> t$ tabel (0.361), maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (hasil valid).
- (2) Jika nilai t hitung $< t$ tabel (0.361), maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (hasil tidak valid).

Rumus yang digunakan yaitu Bivariate Pearson (korelasi produk moment), analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total.

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

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel x dan y

N : Jumlah responden

$\sum X$: Jumlah skor butir soal

$\sum Y$: Jumlah skor total soal

$\sum X^2$: Jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$: Jumlah skor total kuadrat butir soal

b. Uji Reliabilitas

Menurut Duwi Priyanto (2016: 154) Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu

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.



C 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.

ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel. Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila: Hasil $\alpha > 0,70$ = reliabel dan Hasil $\alpha < 0,70$ = tidak reliable.

Rumus Reabilitas :

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

$$\text{dimana rumus } \sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = jumlah ragam dari seluruh pernyataan

σ_1^2 = varians total



2. Analisis Deskriptif



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Menurut Duwi Priyatno (2016:10), analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti rata-rata, median, modus, dan deviasi standar.

Analisis Deskriptif adalah analisis data dengan menggunakan statistik-statistik univariate seperti rata-rata, median, modus, deviasi standar, varians, dan lain-lain. Tujuan dari analisis deskriptif ini adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi. Misalnya, kita ingin mengetahui rata-rata umur responden, jenis kelamin, dan sebagainya.

a. Analisis Presentase / Proporsi

Analisis presentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk presentase. Rumus yang digunakan adalah:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase dari responden

f_i = Jumlah responden kategori tertentu

$\sum f_i$ = Jumlah responden

b. Rata-rata (Mean)

Rata-rata merupakan ukuran pemusatan yang sangat sering digunakan. Keuntungan dari menghitung rata-rata adalah angka tersebut dapat digunakan sebagai gambaran atau wakil dari data yang diamati. Rumus rata-rata yaitu :



© 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.

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^n \frac{Xi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = Rata-rata hitung

X_i = Data

n = Jumlah data

c. Rata-Rata Tertimbang

Rumus yang digunakan adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

f_i = Frekuensi

X_i = Bobot nilai

$\sum f_i$ = Jumlah responden

3. Analisis Regresi

Menurut Priyatno (2016:47) Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan linier. Jika menggunakan satu variabel independen maka disebut analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini terdapat dua variabel independen maka regresi linier yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Regresi Linear Berganda



Model persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

Persamaan

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana $\hat{Y}$ = loyalitas pelanggan
 X_1 = promosi
 X_2 = kualitas layanan
 X_3 = kepuasan konsumen
 β_1 = koefisien X_1
 β_2 = koefisien X_2
 β_3 = koefisien X_3
 ε = Error

a. Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji t)

Uji besar pengaruh dan prediksi (Uji t) adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji Kecocokan Model (Uji F)

Uji kecocokan model (Uji F) untuk pengujian hipotesis pertama Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian

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. 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.

dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $F_{hitung} <$ dari nilai F_{tabel} , maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama dinyatakan dapat diterima.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah metode untuk menguji sebuah model/persamaan regresi yang akan diujikan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi berganda layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian dan bebas dari adanya gejala heterokedastisitas, gejala multikolinearitas dan gejala autokorelasi. Pengujian asumsi klasik yang sering dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Menurut Duwi Priyatno (2016:118), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Nilai residual adalah selisih antara variabel Y dengan variabel X yang diprediksikan. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal sehingga data layak untuk diuji secara statistik. Uji normalitas dapat dilakukan dengan metode *One sample Kolomogrov Smirnov*. Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikansi $> 0,05$ maka data residual berdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas $< 0,05$ maka data residual tidak berdistribusi secara normal.



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.

b. Uji Heterokedastisitas

Menurut Duwi Priyatno (2016:131) heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokedastisitas. Untuk melakukan uji ini ada beberapa metode antara lain dengan cara uji Spearman's rho, uji Park, uji Glejser dan lainnya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Spearman's rho. jika angka probabilitas $< 0,05$ maka model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila angka probabilitas $> 0,05$ maka model regresi tidak mengandung masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Duwi Priyatno (2016:129) multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dengan *VIF (Variance Inflation Factor)* dan nilai *tolerance* pada *tabel coefficient*. Metode pengambilan keputusan yaitu jika *tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Duwi Priyatno (2016:139) Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan

pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi keberadaan autokorelasi, uji yang sering digunakan ialah uji Durbin-Watson (uji DW) dan RUN Test. Dalam penelitian ini menggunakan Run Test. Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi kurang dari signifikansi 0,05 yang berarti hipotesis nol ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual tidak random atau terjadi autokorelasi antar nilai residual. Tetapi sebaliknya jika nilai $\text{asympt.sig.}(2\text{-tailed}) > 0,05$ maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

C 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.

