KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pengantar

Penelitian ini menggunakan Hypermarket Carrefour cempaka putih sebagai objek penelitian, sedangkan subjek yang diteliti adalah pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan di Transmart Carrefour Cempaka Putih.

Dalam bab III ini, penulis ingin menjelaskan mengenai desain penelitian, objek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variable penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel. Dan teknik analisis data.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler(2008: 141), metode penelitian dibagi menjadi delaman perspektif, yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

   Penelitian ini termasuk penelitian formal karena penelitian ini diawali dengan adanya batasan masalah dan hipotesis penelitian dimana tujuan akhirnya adalah menguji hipetesis dan menjawab batasan masalah.

2. Metode Pengumpulan Data

   Penelitian ini dilakukan dengan cara survey, yaitu menyebarkan kuisoner dengan mengajikan pertanyaan-pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui kuesioner tersebut.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*,karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang telah terjadi sehingga penulis tidak dapat mengontrol variable bebasnya dan sifatnya tidak dapat dimanipulasi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *causal-predictive*(sebab akibat). Metode ini bertujuan untuk mempelajari mengapa suatu variable dapat mengakibatkan perubahan atau pengaruh persepsi pelanggan terhadap suatu produk tertentu.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan studi cross-section dimana penelitian hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu

6. Ruang Lingkup Topik

Penelitian ini menggunakan studi desain statistic dengan tujuan untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggnakan uji statistic.

7. Lingkungan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkurangan actual, karena data-data yang didapatkan langsung dari lapanangan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah membeli atau pernah mengkonsumsi produk tersebut, khusus nya di wilayah Jakarta Utara.

8. Persepsi Subjek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung kepada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Dimana persepsi subjek penelitian dapat

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Oleh karena itu, penulis berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negative terhadap pentliain yang sedang penulis lakukan.

C. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Transmart Carrefour Cempaka Putih. Sedangkan yang dijadikan sample dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah dan sedang membeli produk di Transmart Carrefour Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner khususnya di wilayah Kelapa gading dan Cempaka putih, Jakarta Utara.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variable Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variable yang akan digunakan sebagai bahan analisis dan penelitian ini, yaitu kualitas layanan, promosi dan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

1. Dimensi dan Indikator Pertanyaan kualitas Layanan:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variable Kualitas Layanan

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)	*Tangible*	Kebersihan Transmart Carrefour Cempaka Putih terjaga	Interval
		Suhu ruangan di Transmart Carrefour Cempaka Putih nyaman	
		Penampilan karyawan Transmart Carrefour Cempaka Putih baik	
		Produk disusun dengan rapi sesuai kategori-kategorinya	
		Transmart Carrefour Cempaka Putih memiliki tata ruang yang baik sehingga mudah untuk mencari barang	
	Empathy	Transmart Carrefour Cempaka Putih memiliki pendekatan, kepekaan dan usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan	Interval
	Realibility	Janji yang diberikan Transmart Carrefour Cempaka Putih selalu ditepati(misalkan jika trolley melewati batas tertentu, akan ditambahkan kasir baru)	Interval
		Transmart Carrefour Cempaka Putih memiliki keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan dokumen (missal struk pembelian)	
	Responsiveness	Keberadaan hotline/*customer service* untuk menanyakan informasi tentang produk, promo atau barang hilang sangat responsif	Interval
		Karyawan Transmart Carrefour Cempaka Putih selalu siap untuk membantu konsumen	
	Assurance	Transmart Carrefour Cempaka Putih memiliki kemampuan untuk melaksanakan jasa layanan, kesopanan dan rasa hormat terhadap pelanggan.	Interval

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Penggunaan 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

2. Dimensi dan Indikator Pertanyaan Promosi:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variable Promosi

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi Penjualan (Kotler & Amstrong,2012)	Sales Promotion	Terdapat kemudahan dalam pembayaran barang-barang yang memiliki harga tinggi (misalkan elektronik, cicilan 12 bulan dengan bunga 0%)	Interval
		Jaminan uang kembali 2x lipat selisih jika ditemukan harga yang lebih murah menarik	
		Promosi katalog yang diberikan Transmart Carrefour Cempaka Putih lebih menarik dari kompetitornya	
		Keberadaan Wahana Bermain di lantai 3 Transmart Carrefour Cempaka Putih menarik	
		Acara televisi yang menggunakan Transmart sebagai tempat syutting membuat saya lebih ingin berbelanja di Transmart	

©Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

3. Dimensi dan Indikator Pertanyaan aksesibilitas:

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variable Aksesibilitas

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Aksesibilitas (Binarto,2004)	Ketersediaan Jaringan Jalan	Transmart Carrefour Cempaka Putih mudah untuk diakses dari tol ataupun jalanan biasa	Interval
		Jalanan menuju Transmart Carrefour Cempaka Putih lancar	
	Jumlah alat transportasi	Transmart Carrefour Cempaka Putih banyak dilewati kendaraan umum	

4. Indikator pertanyaan Loyalitas Pelanggan:

Tabel 3.4

Operasionalisasi Variable Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Pelaggan (Griffin,2007)	Menunjukan kekebalan terhadap pesaing	Saya lebih memilih berbelanja di Transmart Carrefour Cempaka Putih dibandingkan supermarket lainnya	Interval
	Mereferensikan kepada orang lain	Saya akan mengatakan hal positif tentang Transmart Carrefour Cempaka Putih	
		Saya akan merekomendasikan Transmart Carrefour Cempaka Putih ke orang lain	
	Re-purchase	Saya akan berbelanja lagi di Transmart Carrefour Cempaka Putih	

© Hak cipta milik BI 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

©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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah teknik komunikasi. Teknik komunikasi yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang telah disusun sebelumnya beserta alternatif jawaban yang sudah ditetapkan.

F. Skala Likert

Pengumpulan data kuesioner yang dilakukan penulis menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang meminta persetujuan atas suatu pernyataan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap,pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.

Menurut Sugiyono (2004:86), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk pengolahan data dalam penelitian ini, kuesioner didesain dengan menggunakan rentang sklasa pada pertanyan di dalam kuesioner. Setiap kategori jawaban diberikan bobot 1 sampai 5 dengan kategori berikut:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Skala	Bobot
1) Sangat Tidak Setuju	1
2) Tidak Setuju	2
3) Ragu-ragu	3
4) Setuju	4
5) Sangat Setuju	5

G. Teknik Pengambilan Sample

Pada penelitian ini, data yang diperoleh dari sumber data yang akan diteliti diambil dengan cara non-probability atau yang disebut dengan penarikan sampel secara tidak acak. Sedangkan teknik pendekatan yang digunakan penulis adalah judgement sampling yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili pelanggan Transmart Carrefour Cempaka Putih. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

1. Usia 18-60 Tahun
2. Dapat menjawab kuesioner
3. Sedang/pernah berbelanja di Transmart Carrefour Cempaka Putih

Dalam pengambilan sampel ini, penulis menggunakan perhitungan dari Heir et al(2012) yang menyatakan bahwa ukuran sampel dapat ditentukan dengan cara jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikali lima (5) sampai dengan (10). Jadi dalam penilitian ini jumlah sampel adalah 23 x 5 = 115, maka responden dalam penelitian ini berjumlah 105 responden. Pra kuesioner akan dibagikan terlebih dahulu untuk 30 responden.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

H. Teknik Analisis data

1. Uji Validitas

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

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika indicator pada kuesioner mampu untuk mengunkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam Penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Rumusnya dapat diformulasikan 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

∑X : Jumlah skor item

∑Y : Jumlah skor total item

n : Jumlah responden

2. Uji Realibilitas

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atay stabil dari waktu ke waktu(Ghozali 2009 : 45). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan uji statistic Cronbach's Alpha. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach's alpha > 0,60.

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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini:

$$R_{xy} = (\frac{K}{K-1})(1 - \frac{\sum \sigma_1^2}{\sigma_T^2})$$

Keterangan:

K : banyaknya butir pertanyaan

σ_T^2 : varian total

σ_1^2 : jumlah varian butir pertanyaan

R_{xy} : reliabilitas instrument

3. Analisis Presentasi

Data-data yang dikumpulkan dari kuesioner dibuat table untuk kategori data secara keseluruhan, selanjutnya data dalam data tersebut dipresentasikan untuk mengetahui tingkatan ranking terhadap masing-masing pertanyaa rumus presentase dapat dilibat sebagai berikut:

$$\text{Fr} = \frac{\sum F}{n} \times 100\%$$

Keterangan

Fr= frekuensi relative

F= frenkuensi

n=responden

I. Regresi berganda

1. Uji asumsi Klasik

a. Uji Normalitas residual

Uji normalitas residual dilakukan untuk melihat apakah residual yang dihasilkan dalam metode regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov.

Ho: residual data berdistribusi normal

Ha: residual data tidak berdistribusi nomrla

Dasar pengambilan keputusan :

Terima Ho bila probabilitas ≥ 0.05

Tolak Ho bila probabilitas < 0.05

b. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi jika terdapat korlasi linier yang sangat tinggi diantara beberapa atau semua variable independent. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Model regresi yang baik seharusnya tifdak terjadi multikolinieritas diantara variable bebas. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF dari masing-masing variable dengan menggunakan software SPSS.

Dasar pengambilan keputusan:

1) Jika nilai tolerance ≥ 0.10 atau VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas
2) Jika nilai tolerance < 0.10 atau VIF ≥ 10 amak terdapat multikolinieritas

c. Uji heteroskedastisitas

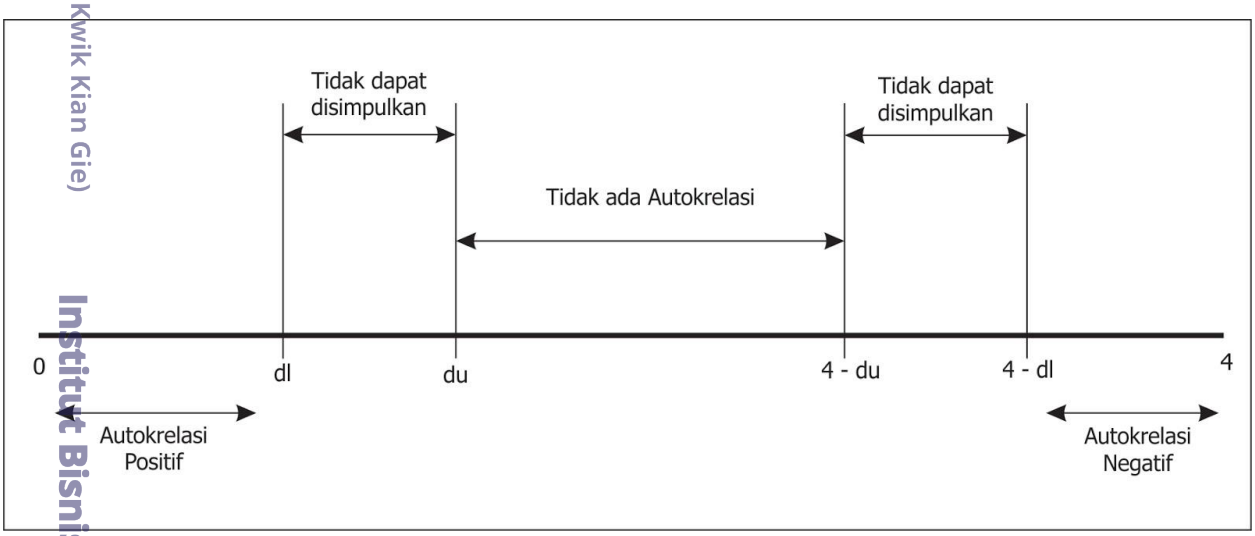
Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varianms residual dan satu pengamatan ke

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitisitas, model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penlitianm ini menggunakan uji glejser.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi untuk mengetahui apakah residual sebuah model regresi lkinier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negative antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada autokorelasi. Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji durbin-watson. Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak dengan cara menghitung batas atas dan batas bawah, kemudian melihat angka yang ada pada durbin Watson, dapat dilihat pada gambar berikut:



2. Model Analisis Berganda

Penulis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan computer program SPSS untuk mengetahui regresi berganda berikut:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

$Y= a+b_1X_1+b_2X_2+ b_3X_3$

Dimana: Y = Variable terikat (loyalitas konsumen)

X_1= Variable promosi

X_2= Variable aksesibilitas

X_3= Variable kualitas Layanan

a = nilai konstanta

$b_{1,2,3}$ = koefisien regresi

Hipotesis untuk penelitian ini adalah:

Ho= Tidak ada pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen

Ha= Ada pengaruh promosi, kualitas layanan dan aksesibilitas terhadap loyalitas konsumen

Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Terima ho,jika sig >0,05
2. Tolak ho, jika sig <0,05

Beberapa pengujian yang perlu dilakukan untuk hasil persamaan regresi ganda diatas menurut Gujarati(2003:249) adalah:

a. Koefisien determinasi(R^2)

Koefisien Determinasi menunjukkan seberapa besar variabel independent dalam model dapat menjelaskan variable dependent. Nilai koefisien determinasi adalah berkisar

$0\leq R^2\leq 1$, dimana:

1) Jika $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2) Jika $R^2 = 1$, berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna

b. Uji keberatian Model(Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat signifikasi model regresi, apakah model regresi penelitian fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Ho = $b_1 = b_2 = b_3$

Ha = tidak semua sama

1) Dari table ANOVA dierpoleh nilai F hitung dan Sig. F untuk model regresi.
2) Bandingkan nilai Sig.F dengan α=0,05
   a) Jika nilai sig.F ≥ 0.05 maka model tidak fit dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
   b) Jika nilai Sig.F < 0.05 maka model fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

c. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikasi mode regresi, apakah setiap variabel independent berpengaruh pada variable dependent. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dari penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikasi koefisien dari setiap variable independent pada pertimbangan signifikasi koefisien dari seitap variable independent terhadap variable dependent. Kriteria

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

yang digunakan dalam menentukan suatu variable independent signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Ho: $b_i = 0$

Ha: $b_i > 0$

1) Dari table coefficient diperoleh nilai t hitung dan Sig.1 untuk masing-masing variable independent yang diuji
2) Bandingkan nilai Sig. t (one tailed) dengan α=0.55
   a) Jika nilai Sig. t $\geq \alpha$ maka variable independent tidak akan berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.
   b) Jika nilai Sig. t $< \alpha$ maka variable independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian