



## BAB III

### METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBI KIK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan citra merek terhadap loyalitas pengguna transportasi *Online* GO-JEK, Grab, dan Uber di Jakarta Utara. Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi *Online* GO-JEK, Grab, dan Uber. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di daerah Sunter dan Kelapa Gading, Jakarta Utara.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146) desain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain 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

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



*ex post facto* peneliti tidak memiliki kontrol atas *variabel*, peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.



Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 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 kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pengguna transportasi ojek *Online* GO-JEK, Grab, dan Uber. 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 stуди 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 statistic 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.

#### 7. Lingkungan Penelitian

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.



Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field study*), dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan actual. 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.

## C. 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 kualitas layanan ojek *online* GO-JEK, Grab, dan Uber, kepuasan pelanggan ojek *online* GO-JEK, Grab, dan Uber, citra merek ojek *online* GO-JEK, Grab, dan Uber dan loyalitas konsumen pengguna ojek *online* GO-JEK, Grab, dan Uber.

### 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan independen. Variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel independen (yang mempengaruhi) dalam penelitian ini adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan citra merek. Sedangkan *variabel* dependen (yang dipengaruhi) adalah loyalitas konsumen. . Kedua variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Variabel Independen (*Independent Variabel*)  
(1) Kualitas Layanan

**Tabel 3.1**

**Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan**

Dimensi	Indikator	Skala
Tangibles (Berwujud)	Kendaraan yang digunakan Ojek <i>Online</i> merupakan kendaraan yang berfungsi dengan baik.	Interval
	Driver Ojek <i>Online</i> memiliki penampilan yang rapih/baik.	Interval
	Aplikasi Ojek <i>Online</i> menarik.	Interval
Emphaty (Kepedulian)	Konsumen mudah dalam menyampaikan kritik dan saran melalui operator Ojek <i>Online</i> .	Interval
	Driver Ojek <i>Online</i> memberikan perhatian individual kepada konsumen.	Interval
	Ojek <i>Online</i> memahami keinginan konsumen.	Interval
Reliability (Keandalan)	Driver Ojek <i>Online</i> konsisten dalam melayani konsumen.	Interval
	Driver Ojek <i>Online</i> memberikan layanan dengan cepat.	Interval
Responsiveness (Daya Tanggap)	Driver Ojek <i>Online</i> tanggap dalam melayani permintaan konsumen.	Interval
	Driver Ojek <i>Online</i> dapat memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen	Interval
Assurance (Jaminan)	Driver Ojek <i>Online</i> sopan dalam melayani konsumen.	Interval
	Transportasi <i>Online</i> menggunakan kendaraan yang aman digunakan bagi konsumen.	Interval
	Driver Transportasi <i>Online</i> berkendara dengan aman.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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) Kepuasan pelanggan

**Tabel 3.2**  
**Dimensi dan Indikator Kepuasan pelanggan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan pelanggan (Diadaptasi dari Mohsen Nazari, Mohammad Ali Shah Hosseini, Seyed Vahid Tabatabaie Kalejahi ; 2014)	<i>Overall Customer Satisfaction</i>	Pelayanan yang diberikan Ojek <i>Online</i> memuaskan.	Interval
		Harga yang ditawarkan Ojek <i>Online</i> sesuai dengan keinginan konsumen.	Interval
		Promosi yang ditawarkan Ojek <i>Online</i> menarik.	Interval
		Driver Ojek <i>Online</i> memberikan pelayanan dengan baik (menawarkan masker dan penutup kepala)	Interval
		Ojek <i>Online</i> mudah ditemukan dimana saja.	Interval
		Aplikasi yang disediakan Ojek <i>Online</i> berfungsi dengan baik.	Interval
	<i>Affective Respond</i>	Saya puas menggunakan Ojek <i>Online</i> .	Interval
		Saya terbantu dengan adanya layanan Ojek <i>Online</i> .	Interval
	<i>Perceived Value</i>	Harga yang diberikan Ojek <i>Online</i> sesuai dengan harapan saya.	Interval
		Manfaat yang diberikan ojek online sesuai dengan yang saya bayarkan.	Interval
	<i>Fulfilling Changing and New Needs</i>	Ojek <i>Online</i> berinovasi dengan layanan baru.	Interval
		Ojek <i>Online</i> cepat tanggap dalam pemenuhan kebutuhan konsumen yang berubah-ubah.	Interval

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

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.



(3) Citra Merek

**Tabel 3.3**  
**Dimensi dan Indikator Variabel Citra Merek**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra Merek (Diadaptasi dari Bambang Sukma Wijaya ; 2013) Hak Cipta dilindungi Undang-Undang © HAKIPTA milik IBI KGG dan dititipkan di Kwik Kian Gie	Brand Identity (Identitas Merek)	Ojek <i>Online</i> memiliki logo yang menarik.	Interval
		Perusahaan Ojek <i>Online</i> mempunyai reputasi yang baik.	Interval
	Brand Personality (Kepribadian Merek)	Merek Ojek <i>Online</i> memiliki kejujuran dalam kualitasnya.	Interval
		Merek Ojek <i>Online</i> selalu berinovasi.	Interval
		Merek Ojek <i>Online</i> dapat dipercaya dan diandalkan.	Interval
	Brand Association (Asosiasi Merek)	Merek Ojek <i>Online</i> adalah merek yang terkenal karena kualitas pelayanannya yang baik.	Interval
		Merek Ojek <i>Online</i> mempunyai banyak pilihan layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.	Interval
	Brand Competence & Benefit. (Kompetensi dan Manfaat Merek)	Perusahaan Ojek <i>Online</i> memberikan respond yang tanggap saat menghadapi complain.	Interval
		Perusahaan Ojek <i>Online</i> menguntungkan konsumen dengan pelayanan yang diberikan.	Interval

b. Variabel Dependen (*Dependent Variabel*)

**Tabel 3.4**  
**Dimensi dan Indikator Variabel Loyalitas Konsumen**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Konsumen (Diadaptasi dari Mohsen Nazari, Mohammad Ali Shah Hosseini, Seyed Vahid Tabatabaie Kalejahi ; 2014)	Deeply Commitment	Selalu menggunakan Ojek <i>Online</i> pilihan.	Interval
		Akan selalu menggunakan layanan yang disediakan, baik layanan lama maupun layanan terbaru.	Interval
	Decrease Loyalty to Competitors	Akan tetap menggunakan layanan Ojek <i>Online</i> pilihan.	Interval
		Hanya menggunakan satu aplikasi layanan Ojek <i>Online</i> .	Interval
	Repurchase	Melakukan penggunaan secara berulang pelayanan Ojek <i>Online</i> karena merasa sesuai dengan kebutuhan.	Interval
	Positive Word of Mouth	Merekomendasi secara positif pelayanan Ojek <i>Online</i> kepada orang lain.	Interval





#### 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 kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis pada responden yang untuk dijawab. Kuisioner diberikan kepada responden yang pernah menggunakan jasa transportasi *Online* GO-JEK, Grab, dan Uber. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup, dengan harapan diperoleh informasi mengenai kualitas layanan, kepuasan, citra merek, dan loyalitas pelanggan transportasi *Online* GO-JEK. Grab, dan Uber.

#### E. Teknik Pengambilan Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti akan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu sistem pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pengguna transportasi *Online* GO-JEK, Grab, dan Uber di Jakarta Utara. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *Sampling Purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan tujuan tertentu yaitu harus mengumpulkan data dari pengguna transportasi *Online* GO-JEK, Grab, dan Uber. karena hanya pengguna yang dapat menilai. Jumlah responden yang diambil adalah 150 responden dengan rincian 50 responden pengguna GO-JEK, 50 responden pengguna Grab, dan 50 responden pengguna Uber.





## F. Teknik Analisis

Di dalam penelitian ini alat bantu *software* yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20.0 Teknik analisis data yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur, item kuisioner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur, menurut Priyanto (2016:143) . Suatu kuesioner dinyatakan valid, jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu kriteria validitas yang telah umum digunakan adalah *Construct validitas*. Uji Validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung dan r tabel (n - 2) Apabila nilai t hitung > t table ( 0.361), maka valid Apabila nilai t hitung < t table ( 0.361 ), maka tidak valid. Pengujian validitas konstruksi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Corrected Item Total Corelation* pada progam SPSS 20.0 , dengan rumusan sebagai berikut:

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

X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurangi X

$\sum X$  = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$  = jumlah skor dalam distribusi XY

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = banyaknya responden

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu 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 :

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

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

$r_{ii}$  = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

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.



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

$\sigma_1^2$  = varians total



### 3. 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.

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

### 5. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji statistik non parametrik *One Kolmogorov Smirnov*. Jika angka probabilitas  $< \alpha = 0,05$  maka data residual tidak terdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka

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.



probabilitas  $> \alpha = 0,05$  maka variabel terdistribusi secara normal menurut Cooper dan Schindler (2014:395).

### **b. Uji Heterokedastisitas**

Untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terjadi heterokedastisitas atau tidak, diperlukan uji heterokedastisitas yang bertujuan untuk mengetahui terjadinya varian residual pada model regresi. Menurut Priyanto (2016:131) model regresi linier yang baik yang tidak adanya masalah Heterokedasitas. Untuk mengetahui adanya heterokedastisitas, penelitian ini menggunakan uji Glejser, jika angka probabilitas  $< \alpha = 0,05$  maka model regresi mengandung heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila angka probabilitas  $> \alpha = 0,05$  maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

### **c. Uji Multikolinieritas**

Menurut Priyatno (2016:129). Uji ini bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas. Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak ada masalah multikolinieritas. Dalam penelitian ini, menggunakan tolerance and value inflation factor atau VIF. Jika:

- (1) Nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
- (2) Nilai tolerance  $< 0,10$  dan VIF  $> 10$  maka terjadi gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut.

### **d. Uji Autokorelasi**

Menurut Ghozali (2016:107) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada



periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji Run Test. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Run test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis).

$H_0$  : residual (res\_1) random (acak)

$H_A$  : residual (res\_1) tidak random.

Jika nilai *Asymp.Sig (2-tailed)*  $> 0.05$  berarti hipotesis nol ditolak, yang berarti residual tidak random atau tidak terjadi autokorelasi.

## 6. Analisis Deskriptif dan Frekuensi

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian (Priyatno 2016:10). Sedangkan analisis frekuensi digunakan untuk menghitung frekuensi pada variabel dan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik (Priyatno 2016:14). Analisis deskriptif dan frekuensi tersebut dihitung menggunakan SPSS 20.0.

## 7. 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

$X_1$  = kualitas layanan

$X_2$  = kepuasan pelanggan

$X_3$  = citra merek

$\beta_1$  = koefisien  $X_1$

$\beta_2$  = koefisien  $X_2$

$\beta_3$   
= koefisien  $X_3$

### 8. Skala Likert

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 3.5

Tabel Skala Likert

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

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 menggunakan 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 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.