



BAB III

METODE PENELITIAN

Bab III ini penulis akan menjabarkan mengenai Objek Penelitian, disain Penelitian, Variabel Penelitian, Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data.

Berikut dibawah ini penulis menulis penjabarannya:

A. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah restoran KFC di Indonesia. Penelitian ini dilakukan melalui komunikasi dengan subjek penelitian yaitu para konsumen yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian produk KFC dan menggunakan kuisisioner sebagai instrument dalam berkomunikasi.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146) menjelaskan bahwa desain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain penelitian meliputi rencana yang dibuat oleh peneliti berdasarkan pertanyaan yang disusun untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan tersebut. 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 Perumusan Masalah

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

Penelitian ini dilakukan dengan cara *survey*, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

3. Pengendalian Variabel oleh Penelitian

Pengendalian variabel memandang aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel. Pengendalian dibedakan menjadi dua, *experiment* dan *ex post study*. Penelitian ini menggunakan *ex post study* dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variable. Peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Penelitian deskriptif menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan, dan berapa banyak. Studi kausal mengamati dan menjelaskan hubungan antar variable. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variable-variabel yang akan



diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KFC.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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. Ruang Lingkup Topik Bahasan

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.

7. Ruang Lingkup 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

Variabel Penelitian

Definisi operasional dalam penelitian pada dasarnya berguna membagikan uraian serta pengukuran terhadap konsep yang dijabarkan. Definisi operasional hendak senantiasa sebagai definisi yang digunakan agar meningkatkan ikatan- ikatan yang dikemukakan dalam teori serta hipotesis.

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

C



dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel independen (yang mempengaruhi) dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel dependen (yang dipengaruhi) adalah loyalitas pelanggan. Kedua variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel Independen (Yang Mempengaruhi)

- 1) Kualitas Produk

Tabel 3. 1

Operasional Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	<i>Form</i> (Bentuk)	1. Produk KFC mempunyai bentuk yang sesuai dengan selera saya.	interval
	<i>Features</i> (Fitur)	1. Produk KFC memiliki banyak pilihan varian. 2. Produk KFC Menyediakan bahan pelengkap (seperti saus sambal, saus tomat, lada, dll) yang berkualitas.	Interval
	<i>Performance Quality</i> (Kualitas Kerja)	1. Produk KFC sudah bersertifikat halal dari majelis ulama indonesia.	interval
	<i>Conformance Quality</i> (Kesesuaian Kualitas)	1. Ukuran produk KFC dari setiap varian selalu konsisten. 2. rasa produk KFC selalu konsisten.	interval
	<i>Durability</i> (Daya Tahan)	1. produk KFC dapat memiliki daya tahan cukup lama dibanding merek lain. 2. Rasa produk KFC bertahan lama dibanding merek lain.	Interval
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	1. Kemasan produk KFC dapat menjaga kualitas produk di dalamnya.	Interval
	<i>Style</i> (Gaya)	1. Produk KFC memiliki cita rasa yang khas. 2. Produk KFC memiliki aroma yang khas.	Interval

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.



Sumber : Kotler dan Keller (2016:164)

2) Kepuasan Pelanggan

Tabel 3. 2

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan pelanggan	Loyal Lebih Lama	1. Anda puas dengan produk KFC dan akan selalu kembali membeli produk KFC.	Interval
	Berbicara Dengan Baik	1. Anda memberikan informasi hal baik kepada lingkungan atau orang-orang sekitar anda untuk mengenai produk KFC dibanding produk lain.	Interval
	Membeli Lebih Banyak	1. Anda selalu senantiasa membeli produk yang ditawarkan KFC, meskipun ada restoran <i>fast food</i> lain.	Interval
	Tidak Sensitif terhadap Harga	1. Anda akan selalu membeli KFC meskipun mengetahui jika harga KFC lebih tinggi dikarenakan kualitas bahan dari pada <i>fast food</i> lain.	Interval
	Memberikan Ide ke Perusahaan	1. Anda akan memberikan masukan kepada KFC agar perusahaan lebih baik lagi dalam beroperasi.	Interval

Sumber : Kotler dan Keller (2015:155)

Variabel Dependen (Terikat)

Tabel 3. 3

Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	skala
Loyalitas Pelanggan	melakukan pembelian ulang	1. Anda akan kembali terus menerus melakukan transaksi pembelian di KFC.	Interval
	Membeli di luar lini produk	1. Anda selalu akan melakukan pembelian antar lini produk KFC.	Interval

Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip, menyalin 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>C Hak cipta milik IBI KKG (Insitutu Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</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 IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	Merekomendasikan produk ke pihak lain	1. Anda merekomendasikan produk KFC kepada lingkungan atau orang sekitar anda.	Interval
	Menunjukkan kekebalan daya Tarik produk sejenis pesaing	1. Anda akan setia kepada KFC meskipun pesaing memberikan anda tawaran lebih menarik 2. KFC tetap menjadi pilihan anda meskipun pesaing menawarkan harga yang lebih murah	Interval

Sumber: Griffin dalam Wardhani *et al.* (2017)

D Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *nonprobability sampling*. Menurut Cooper dan Schindler (2014:358), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *judgement sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden yang dipilih yaitu pelanggan yang pernah mengonsumsi produk KFC.

Berikut Teknik pengambilan sampel :

1. Penentuan Populasi

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung yang dan mengonsumsi produk KFC sebanyak 2 kali dalam 6 bulan terakhir.

2. Sampling

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 *Nonprobability 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 restoran KFC.

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 6 bulan terakhir pernah berbelanja di KFC.

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Menurut Hair (2010:176) bahwa apabila ukuran sampel terlalu besar misalnya 400, maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran goodness of fit yang baik. Sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. jadi dengan jumlah indikator sebanyak 21 buah dikali 5 kali Jadi, melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 105 responden dengan cara membagikan kuesioner dalam bentuk link google form.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Teknik komunikasi. Teknik komunikasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Indonesia, responden yang dipilih adalah responden yang dalam jangka waktu 6 bulan terakhir pernah mengonsumsi di KFC Jakarta. Penelitian ini menggunakan google form dengan cara disebarikan kepada setidaknya 130 pelanggan KFC dan jumlah responden yang diambil adalah 105.

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.



Skala yang digunakan adalah skala Likert yang merupakan salah satu golongan skala ordinal. Menurut Cooper dan Schindler (2014:278) 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.

Berikut contoh gambaran dari skala Likert, dilihat pada tabel 3.1 di bawah berikut

Tabel 3. 4

Tabel Skala Likert

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

Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuisisioner, data diolah agar dapat digunakan. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam meneliti penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Kuisisioner

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:

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

Rumus yang di aplikasikan yaitu *Bivariate Pearson* (korelasi produk moment), analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Berikut rumusnya:

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

Keterangan:

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

n : Jumlah responden

$\sum X$: Jumlah skor butir soal

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.



- ΣY : Jumlah skor total soal
- ΣX^2 : Jumlah skor kuadrat butir soal
- ΣY^2 : Jumlah skor total kuadrat butir soal

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Uji Reliabilitas

Menurut Duwi Priyatno (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 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 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 $\alpha > 0,6$ = reliabel dan Hasil $\alpha < 0,6$ = tidak reliabel. Berikut adalah rumus reliabilitas :

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

dimana rumus σ^2 :

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{N}}{N}$$

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.



Keterangan:

- r_{ii} : Reliabilitas instrument
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma^2$: Jumlah ragam dari seluruh pertanyaan
 σ_1^2 : Varians total

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Analisis Deskriptif

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, dll. Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi. Contohnya, kita ingin mengetahui rata-rata umur responden.

a. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang digunakan untuk menghitung rata – rata tertimbang adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- f_i : Frekuensi (Bobot)
 x_i : Skor nilai
 $\sum f_1$: Jumlah responden

b. Rentang Skala

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.



Data primer yang telah diperoleh dari kuisioner selanjutnya dikelompokkan ke dalam rentang skala untuk menentukan posisi nilai skor suatu variabel / dimensi / indicator, dengan rumus sebagai berikut:

$$R_s = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan:

R_s : Rentang Skala

m : Jumlah Kategori

Tabel 3. 5

Rentang Skala

Rentang Nilai	Keterangan		
	Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
1 – 1,8	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
1,81 – 2,6	Tidak Baik	Tidak Puas	Tidak Puas
2,61 – 3,4	Cukup Baik	Cukup Puas	Cukup Loyal
3,41 – 4,2	Baik	Puas	Loyal
4,21 - 5	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Loyal

3. Analisis Regresi

Menurut Duwi 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

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.



regresi linier yang digunakan adalah regresi linier ganda. Model persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	: Loyalitas Pelanggan	X_1	: Kualitas Produk
X_2	: Kepuasan Pelanggan	β_1	: Koefisien X_1
β_2	: Koefisien X_2	ε	: Error

a. Uji Asumsi Klasik

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

(c) 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 Kolmogorov Smirnov. Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikansi > 0.05

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



maka data residual berdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas < 0.05 maka data residual tidak berdistribusi secara normal.

(2)

(2)

Uji Multikolinieritas

Menurut Duwi Priyatno (2016:129) multikolinieritas 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 multikolinieritas. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas 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 multikolinieritas.

(3)

(3)

Uji Heteroskedastisitas

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 heteroskedastisitas. Dalam melakukan ujinya 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.

b. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan dalam perihal mengetahui besaran pengaruh variable bebas (Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan) Terhadap Variable Terikat (Loyalitas Pelanggan).

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



(1) Uji Kococokan Model (Uji F)

Uji kecocokan model (Uji F) untuk pengujian hipotesis pertama. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model layak untuk digunakan.

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

$$H_a : \text{Paling sedikit satu dari } \beta_i \neq 0$$

$$i = 1, 2$$

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel pada derajat kesalahan 5 % ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai Fhitung > nilai Ftabel, maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

(2) 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 signifikan atau tidak.

1. $H_0 : \beta_1 = 0$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

2. $H_0 : \beta_2 = 0$

$$H_a : \beta_2 > 0$$

Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas dengan nilai ttabel dengan Sig < 0.05 dan apabila nilai thitung > nilai t tabel, maka terdapat pengaruh variabel X dan Y.

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

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.