



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, obyek penelitiannya adalah pengaruh citra merek dan kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner dengan subyek penelitian yaitu para konsumen yang membeli produk Starbucks Coffee di Mall Kelapa Gading. Sehubungan dengan permasalahan penelitian yang telah disampaikan, berikut ini akan dijelaskan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2006:157), di setiap permulaan riset, setiap orang menghadapi tugas untuk memilih desain spesifik yang akan digunakan. Ada banyak pendekatan desain yang berbeda yang tersedia, namun tidak ada sistem klasifikasi sederhana yang menjabarkan keseluruhan variasi yang harus dipertimbangkan. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini dapat ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini termasuk dalam studi formal, karena penelitian dimulai dengan batasan masalah dan hipotesis atau suatu pertanyaan riset yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari desain

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.



riset formal adalah untuk menguji hipotesis atas jawaban atas pertanyaan riset yang diajukan.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Metode Pengumpula Data

Klasifikasi ini membedakan antara proses pengamatan dan komunikasi. Proses pengamatan meliputi studi dimana periset memeriksa kegiatan subjek atau sifat suatu material tanpa berupaya untuk mendapatkan tanggapan dari siapapun. dalam studi komunikasi, periset mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan tanggapan mereka baik secara pribadi maupun non pribadi. Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi dengan cara survei, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden, dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawaban dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut.

3. Pengontrolan Variabel oleh Periset

Penelitian ini menggunakan desain eksperimental dimana periset berupaya mengontrol atau memanipulasi variabel dalam studi. Desain eksperimental cocok pada saat seseorang berharap untuk menemukan apakah variabel tertentu memberikan dampak pada variabel lain. Eksperimen memberikan dukungan yang sangat kuat untuk hipotesis sebab akibat.

4. Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif. Penelitian deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, di mana, kapan, atau berapa

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.



banyak dan digunakan untuk menggambarkan bagaimana penelitian konsumen terhadap Starbucks Coffee di Mall Kelapa Gading.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi lintas bagian (*cross section*) yaitu studi dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini merupakan studi statistik yaitu didesain untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Studi tersebut berupaya memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis diuji secara kuantitatif. Kesimpulan mengenai hasil temuan disajikan berdasarkan keterwakilan sampel dan validitas.

7. Lingkungan Riset

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

8. Persepsi Peserta

Dalam penelitian ini persepsi peserta yang diusahakan adalah persepsi peserta tidak merasakan adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari sampai peserta merasakan adanya penyimpangan, tetapi tidak terkait dengan periset.

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. Variabel Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, variabel yang akan penulis teliti terdiri dari dua jenis yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent variable*)

Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah loyalitas konsumen dimana menunjukkan perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian Starbucks Coffee di Kelapa Gading. Pembelian merupakan tindakan khusus atau perilaku dari individu dengan cara tertentu terhadap obyek tertentu.

Tabel 3.1

Dimensi dan Item Pernyataan Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
Durianto, Sugiarto, dan Tony Sitinjak (2001:70)	Atribut tidak berwujud	Starbucks Coffee memiliki rasa yang enak	Interval
	Manfaat bagi pelanggan	Merek Starbucks Coffee memberi kesan yang percaya diri.	Interval
	Harga relatif	Harga Starbucks Coffee sesuai dengan kualitas yang diberikan.	Interval
	Gaya hidup	Mengonsumsi Starbucks Coffee mencerminkan gaya hidup yang modern.	Interval
	Pesaing	Merek Starbucks Coffee memiliki keunggulan dibanding pesaingnya.	Interval

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.

Tabel 3.2

Dimensi dan item pernyataan Kualitas Jasa

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala ukur
Kualitas Jasa SERVEQUAL (Kotler Keller (2008; 56)	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Pelayan Starbucks Coffee selalu memberikan pelayanan sesuai dengan yang di tawarkan	Interval
		Pelayan Starbucks Coffee cepat tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen.	
		Pelayan Starbucks Coffee selalu memberikan salam sebelum memberikan layanan.	
		Pelayan Starbucks Coffee memberikan penyajian makanan tepat waktu.	
		Semua makanan yang di sajikan Starbucks Coffee tidak pernah salah ataupun rusak.	
	<i>Responsivness</i> (Daya Tanggap)	Layanan Starbucks Coffee selalu memberikan informasi terbaru kepada semua pelanggan.	Interval
		Pelayan Starbucks Coffee selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.	
		Pelayan Starbucks Coffee selalu siap membantu konsumen bila ada keluhan.	
		Pelayan Starbucks selalu sigap dalam menanggapi permintaan konsumen.	
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Pelayan Starbucks Coffee selalu membangkitkan rasa kepercayaan kepada konsumen.	Interval
		Kenyamanan Starbucks Coffee membuat konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi.	
		Semua pelayan Starbucks Coffee melayani konsumen dengan sopan	

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

	Semua pelayan Starbucks Coffee memiliki pengetahuan untuk semua produk yang di jual.	
<i>Emphaty</i> (empati)	Pelayan Starbucks Coffee selalu menomor satukan konsumen.	Interval
	Pelayan Starbucks Coffee mengerti trend terbaru yang ada di masyarakat.	
	Pelayan Starbucks Coffee selalu memberikan pelayanan terbaik untuk semua konsumen.	
	Pelayan Starbucks Coffee sangat memahami kebutuhan konsumen.	
	Jam operasi kerja Starbucks Coffee tepat waktu.	
<i>Tangible</i> (Berwujud)	Peralatan yang di gunakan Starbucks Coffee sudah merupakan mesin modern	Interval
	Tampilan luar untuk Starbucks Coffee menarik hati para konsumen yang datang.	
	Pelayan Starbucks Coffee memiliki penampilan yang rapi dan profesional.	

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Variabel Terikat (*dependent* variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah



Tabel 3.3

Dimensi dan item pernyataan Loyalitas Konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala ukur
Kotler Keller (2006 :57)	<i>Repeat Purchase</i>	Pada masa mendatang, saya akan membeli Starbucks Coffee kembali.	Interval
	<i>Retention</i>	Saya akan tetap membeli produk Starbucks Coffee.	Interval
	<i>Referalls</i>	Saya akan merekomendasikan produk Starbucks Coffee kepada teman-teman saya.	Interval

© 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 menggunakan teknik komunikasi. Teknik komunikasi menurut Cooper & Schindler (2006:159), yaitu dengan mengajukan pertanyaan (kuesioner) kepada subjek dan mengumpulkan tanggapan mereka secara pribadi maupun bukan pribadi. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Menurut Sugiyono (2009:199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tujuan kuesioner adalah untuk memperoleh data berupa responden yang dijadikan informasi untuk 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Teknik Pengambilan Sampel

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

C Data yang diperoleh dari sumber data yang akan diteliti, diambil dengan cara non-probability sampling atau yang disebut juga dengan penarikan sampel secara tidak acak. Dalam penggunaan seseorang seringkali dijadikan pertimbangan untuk menentukan anggota populasi yang digunakan sebagai sampel. Menurut Sugiyono (2009:120), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan demikian tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih secara acak sebagai sampel.

Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling* atau sampling pertimbangan, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu. Menurut Cooper dan Schindler (2006:139), *judgement sampling* muncul ketika seorang periset memilih anggota-anggota sampel untuk memenuhi suatu kriteria tertentu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis telah menetapkan bahwa sampel yang akan diambil adalah kegiatan pembelian Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2012:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini akan digunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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



$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Husein Umar (2008:53), *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*

Keterangan:

- r Korelasi *Product Moment*
- X Skor tiap pertanyaan / item
- Y Skor total responden
- n Jumlah responden

Untuk penelitian ini, penulis melakukan uji validitas dengan bantuan aplikasi program SPSS, Langkah-langkah untuk mengukur validitas adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan uji coba kuesioner dengan meminta 30 responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada.
- b. Mempersiapkan tabulasi jawaban.
- c. Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien atau r hitung, dalam Husein Umar (2008:60) menyatakan bahwa suatu item dianggap valid jika nilai corrected item soal correlation berada di atas nilai korelasi tabel. Dilihat dari Tabel korelasi Product Moment untuk n = 30 dan $\alpha = 5\%$ menyatakan bahwa suatu item dianggap valid bila memenuhi syarat minimum r = 0,361. Bila korelasi antara butir

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.



dengan skor kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Butir yang dinyatakan tidak valid tersebut akan dibuang.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Imam Ghozali (2012:47) 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. Uji reliabilitas dapat menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan rumus berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber: Husein Umar (2008:53), *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan:*

Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah.

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka penulis mengolah data tersebut untuk dianalisis agar menjadi informasi yang berguna untuk menjawab



pertanyaan masalah yang ada. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Rentang skala

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala nilai dengan metode skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Menurut Cooper dan Schindler (2006:40) skala likert merupakan variasi skala rating akhir yang paling sering digunakan. Skala rating terdiri dari pertanyaan yang menyatakan sikap menyenangkan maupun tidak menyenangkan atas objek yang diamati. Skala ini menghasilkan data interval. Oleh karena itu, sehubungan dengan penelitian ini skala Likert diperlakukan sebagai skala interval.

Skala Likert menurut Sugiyono (2009:132), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Skala yang digunakan terdiri dari angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan angka 5, dimana angka 1 menunjukkan nilai terendah dan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi. Skor nilai yang diberikan untuk setiap jawaban dalam kuisioner adalah sebagai berikut:



- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS) 4 = Setuju (S)
 2 = Tidak Setuju (TS) 5 = Sangat Setuju (SS)
 3 = Netral (N)

Untuk mencari rata-rata nilai dengan cara nilai total responden dibagi dengan jumlah responden.

$$\text{Rata-rata nilai} = \frac{\sum Xi.fi}{n}$$

Dimana:

- Xi = Bobot nilai
 fi = Frekuensi
 $\sum Xi.fi$ = Nilai total responden
 n = Jumlah total responden

Untuk menghitung nilai dari rata-rata nilai responde, membentuk kelas dari range tersebut, dan mengetahui pertanyaan-pertanyaan tersebut berdasarkan kelasnya masing-masing.

$$\text{Range} = \frac{m-n}{b}$$

Dimana:

- m = Nilai tertinggi
 n = Nilai terendah
 b = Jumlah kelas

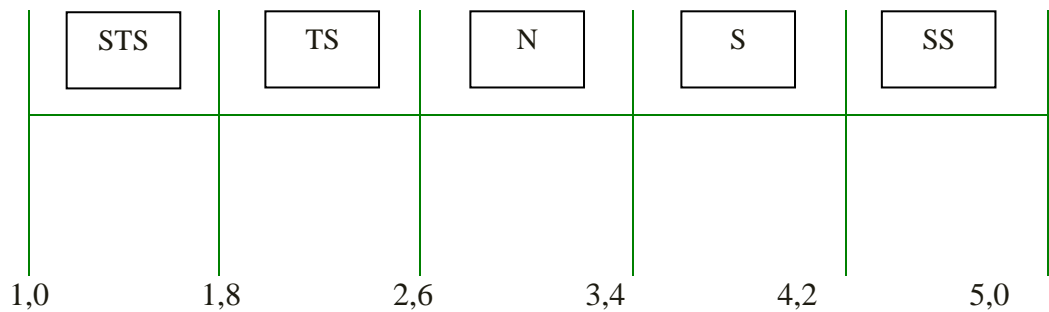
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Jadi karena nilai terbesar = 5, dan terendah = 1, dan jumlah kelas atau kategori ada 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Setelah interval diketahui maka dibuat rentang skala sehingga dapat diketahui letak rata-rata penilaian responden. Rentang skala tersebut adalah:



Interpretasi angka-angka yang tercantum di atas adalah sebagai berikut:

1,00 - 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 - 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 - 3,40 = Netral (N)

3,41 - 4,20 = Setuju (S)

4,21 - 5,00 = Sangat Setuju (SS)

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



b. Pengaruh Variabel-Variabel *Independent* Terhadap Variabel *Dependent*

C Dalam Penelitian Ini Dianalisis Dengan Menggunakan Program Komputer *Microsoft Excel* dan *Software SPSS*

Model persamaan dari penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan analisis yang umum digunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas.

Model persamaan penelitian ini:

$$LK = \beta_0 + \beta_1 BI + \beta_2 SQ$$

Dimana:

LK = Loyalitas Konsumen

BI = *Brand Image*

SQ = *Service Quality*

D Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2012:97) koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 100% nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 100% berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang

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



dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Nilai determinasi

berada dalam selang $0\% \leq R^2 \leq 100\%$, dimana:

- $R^2 = 0$, berarti variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- $R^2 = 1$, berarti variabel independen (X) secara sepenuhnya mampu menjelaskan variabel dependen (Y).

2) Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen (Imam Ghozali, 2012:98). Pada uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

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

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

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dan sig. F untuk model Regresi.
- Bandingkan nilai sig. F dengan $\alpha = 0,05$

(1) Jika nilai Sig. $\leq 0,05$ atau F hitung $\geq F$ tabel maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.



(2) Jika nilai Sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak tolak Ho, yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3) Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Imam Ghozali, 2011:98). Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$H_a : \beta_1 > 0 ; \beta_2 > 0$$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Sig. \leq 0,05 maka tolak Ho, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai Sig. > 0,05 maka tidak tolak Ho, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Residual

Menurut Ghozali (2012:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi

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



normal atau tidak adalah dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan bantuan aplikasi SPSS. Uji tersebut dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas:

- Tolak H_0 bila probabilitas $< 0,05$ maka data residual berdistribusi tidak normal.
- Tidak tolak H_0 bila probabilitas $\geq 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2012: 105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Untuk mendeteksinya dilakukan uji regresi dengan SPSS dengan cara melihat nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Syarat untuk bebas multikolinieritas adalah nilai *tolerance* mendekati 1 atau $VIF \leq 10$.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinieritas.
- Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan



ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Korelasi Glejser.

Menurut Ghazali (2012:139) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hipotesis:

$H_0 : \rho = 0$ (tidak terjadi heteroskedastisitas)

$H_a : \rho \neq 0$ (terjadi heteroskedastisitas)

Dasar pengambilan keputusan:

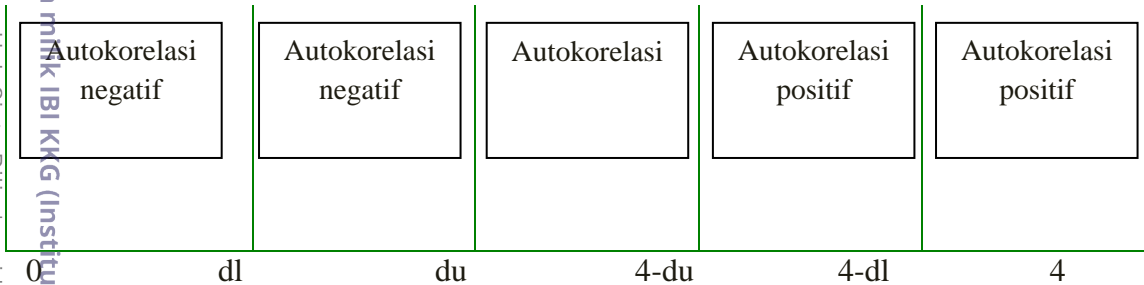
- Terima H_0 bila probabilitas $\geq 0,05$
- Tolak H_0 bila probabilitas $< 0,05$.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menurut Ghazali (2012:110) berguna untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif 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 yaitu dengan cara menghitung batas atas dan batas bawah, kemudian melihat angka yang ada pada Durbin Watson, seperti pada gambar berikut ini:



Keterangan:

d_l = Batas bawah

d_u = Batas atas

Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_a : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4-d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$4-d_u \leq d \leq 4-d_l$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak tolak	$Du < d < 4-du$

Sumber : Imam Ghozali (2012:100), *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SPSS

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.