



BAB III

METODE PENELITIAN

© Hak cipta milik IBKKG

A. Obyek Penelitian

Obyek pengamatan dalam penelitian ini adalah mengenai loyalitas pelanggan ShopeeFood di Kota DKI Jakarta. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran link *google form* kepada responden. Subyek penelitian ini adalah pelanggan ShopeeFood di Kota DKI Jakarta.

B. Desain Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dimana hal ini dikarenakan menurut Sugiyono (2018) metode kuantitatif dilakukan karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Kemudian, penelitian ini juga merupakan *causality research* (penelitian sebab akibat). Penelitian kausal, juga dikenal sebagai penelitian eksplanatif (*explanatory research*) dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat dan sifat hubungan sebab-akibat. Penelitian kausal dapat dilakukan untuk menilai dampak perubahan spesifik pada norma-norma yang ada, berbagai proses, dan lain-lain, dimana menurut Sugiyono (2018) penelitian kausal adalah penelitian yang menjelaskan hubungan sebab akibat dari variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas layanan dan promosi penjualan) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B

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 IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan bagian penting dari suatu penelitian dan harus betul-betul dipahami dengan baik dan jelas (Sugiyono, 2018:38). Oleh karena itu variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari pengaruhnya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya. Operasionalisasi variabel untuk memudahkan penulis dalam menentukan pengukuran pengaruh antara variabel yang masih bersifat konseptual. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (*independent variable*) yaitu kualitas layanan dan promosi penjualan, satu variabel terikat (*dependent variable*) yaitu loyalitas pelanggan. Definisi dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan

Pengukuran variabel kualitas layanan adalah melalui lima indikator yang disajikan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Butir Indikator Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Layanan (X1)	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	<ul style="list-style-type: none"> – Driver ShopeeFood berpakaian rapi saat mengantarkan pesanan pelanggan. – Fitur ShopeeFood yang berada pada aplikasi Shopee Indonesia sangat mudah untuk saya gunakan. 	Likert 1-5
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> – Saya merasa pelayanan di ShopeeFood sudah tepat dan sesuai dengan permintaan pesanan saya. – Saya merasa pelayanan di ShopeeFood sudah baik, karena telah mengantar pesanan sesuai dengan estimasi waktu yang telah ditetapkan. 	Likert 1-5
	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	<ul style="list-style-type: none"> – Saya merasa Customer Service ShopeeFood selalu merespon dengan cepat semua keluhan konsumen jika terjadi masalah dengan penjual. – Ketika saya melakukan pemesanan makanan atau minuman di 	Likert 1-5



Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)		ShopeeFood, Driver ShopeeFood selalu sigap dalam melayani pesanan	
	Assurance (Jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> - Driver ShopeeFood memberikan pelayanan yang ramah dan sopan. - ShopeeFood tidak menyebarluaskan informasi personal saya kepada pihak lain. 	Likert 1-5
	Emphaty (Empati)	<ul style="list-style-type: none"> - Driver ShopeeFood memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan. - Driver ShopeeFood mampu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan. 	Likert 1-5

Sumber: Parasuraman et al. (1988) dalam Ramadhani et al. (2020)

2. Promosi Penjualan

Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan (Hermawan, 2012 dalam Santoso dan Samboro, 2017). Pengukuran variabel promosi penjualan adalah melalui lima indikator yang disajikan pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Butir Indikator Promosi Penjualan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Promosi Penjualan (X3)	Frekuensi Promosi	<ul style="list-style-type: none"> - Saya membeli makanan atau minum di ShopeeFood karena melihat promosi iklan di media sosial Instagram. - ShopeeFood sering memberikan promosi penjualan lebih menarik dibandingkan penyedia layanan jasa pesan-antar makanan lainnya. 	Likert 1-5
	Kualitas Promosi	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa promosi yang diberikan ShopeeFood seperti diskon selalu menarik dan sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pelanggan. 	Likert 1-5

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



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

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
C		– Setelah menggunakan promo dari ShopeeFood, saya puas dengan pembelian makanan atau minuman dengan kualitas pelayanan yang baik.	
	Kuantitas Promosi	– Dikarenakan beragamnya promo yang tersedia di ShopeeFood, maka saya membeli makanan atau minuman dengan jumlah yang banyak. – Promosi yang diadakan ShopeeFood menarik minat pelanggan untuk bertransaksi melalui ShopeeFood.	Likert 1-5
	Waktu Promosi	– Saya memahami batas waktu promosi yang diberikan oleh ShopeeFood. – Promosi yang diberikan ShopeeFood dapat digunakan dengan jangan waktu yang telah ditentukan.	Likert 1-5
	Ketepatan Atau Kesesuaian Sasaran Promosi	– Menurut saya, ketepatan promosi yang dilakukan ShopeeFood pada hari besar akan menambah minat pelanggan untuk melakukan pembelian makanan atau minuman di ShopeeFood. – Menurut saya, program promosi yang dilakukan ShopeeFood sangat baik dan tepat pada sasaran.	Likert 1-5

Sumber: Kotler dan Keller (2017) dalam Diansyah dan Putera (2017)

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan aset penting bagi perusahaan karena setiap pelanggan yang telah menyatakan loyal akan suatu produk maka produk yang telah dinyatakan loyal tersebut akan menjadi yang utama dari pada produk yang lain, sehingga produk itu akan selalu di tunggu dan di nantikan oleh pelanggan (Prasetyo et al., 2019).

Pengukuran variabel loyalitas pelanggan adalah melalui empat indikator yang disajikan pada tabel 3.3.



Tabel 3.3
Butir Indikator Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan (Y)	<i>Say positive things</i> (mengatakan hal yang positif tentang produk yang telah dikonsumsi)	<ul style="list-style-type: none"> – Saya akan menyatakan hal-hal yang positif pada orang lain mengenai pembelian makanan atau minuman di ShopeeFood. – Saya yakin ShopeeFood akan selalu menjaga kualitas makanan atau minuman. 	Likert 1-5
	<i>Recommend friend</i> (merekomendasikan kepada teman)	<ul style="list-style-type: none"> – Untuk pembelian makanan atau minuman secara online, saya akan merekomendasikan ShopeeFood kepada pada orang lain. – Saya akan senang apabila teman dan kerabat saya melakukan pembelian makanan atau minuman di ShopeeFood. 	Likert 1-5
	<i>Continue purchasing</i> (pembelian berulang terhadap produk yang dikonsumsi)	<ul style="list-style-type: none"> – Saya akan membeli makanan atau minuman di ShopeeFood lagi. – ShopeeFood merupakan pilihan utama saya pada saat akan melakukan pemesanan makanan atau minuman secara online. 	Likert 1-5

Sumber: Keith (2003) dalam Santoso dan Samboro (2017)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan ShopeeFood di Kota DKI Jakarta, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

Populasi yang tidak pernah diketahui dengan pasti jumlahnya disebut populasi infinit atau tak terbatas. Suatu kelompok objek yang berkembang terus (melakukan proses akibat kehidupan atau suatu proses kejadian) merupakan populasi infinit juga. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi



besar dan peneliti tidak mempelajari semua yang ada pada populasi (keterbatasan dana, tenaga dan waktu) maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2018:81). Karena populasi pada penelitian tidak terhingga (tidak diketahui secara pasti), maka perhitungan jumlah sampel harus mengacu dengan kriteria seperti berikut:

1. Responden mengetahui Aplikasi Shopee Indonesia
2. Responden pernah melakukan pembelian di ShopeeFood
3. Responden berdomisili di Kota DKI Jakarta

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:84). Sementara itu, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling*, dimana Sekaran (2017) mengatakan jika *convenience sampling* ialah pengumpulan informasi dari anggota populasi yang dengan sukarela bersedia memberikan informasi guna memperoleh sejumlah informasi dasar secara cepat dan efisien. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lameshow*, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus *Lameshow*, yaitu:

$$n = \frac{z^2 1 - a/2P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

d = Maksimal estimasi = 0,5



$d = \text{Alpha } (0,10) \text{ atau sampling error} = 10\%$

Ⓒ Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2 P(1-P)}{d^2} \\ &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} \\ &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\ &= 96 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel dengan rumus *Lameshow*, diperoleh jumlah sampel representatif dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Penentuan jumlah minimum sebesar 96 responden dengan rumus *Lameshow* di atas merupakan jumlah minimal sampel yang dibutuhkan jika diasumsikan oleh peneliti menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95%, dan estimasi toleransi tingkat kesalahan yang digunakan berada pada level 10%. Dan untuk menghindari adanya pengisian yang tidak lengkap dari responden serta adanya kesalahan pengisian oleh responden, maka peneliti menyebar sebanyak 100 kuesioner kepada pelanggan ShopeeFood di Kota DKI Jakarta.

E. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua jenis pengumpulan data berdasarkan dengan sumbernya, yaitu seperti berikut (Sugiyono, 2018):

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner melalui *google form* kepada pelanggan ShopeeFood.

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.



2. Data Sekunder

Ⓒ Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan peneliti merupakan sumber tertulis seperti buku, internet, dan dokumen-dokumen dari pihak terkait.

Data penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber pengambilan data. Data primer diperoleh dari sumber pelanggan Shopeefood di Kota DKI Jakarta secara langsung. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh penulis langsung melalui objeknya. Data primer dilakukan dengan membagikan kuesioner melalui *google form*, yaitu dengan memberikan link kuesioner dalam bentuk *google form* kepada pelanggan Shopeefood. Selanjutnya responden memberikan tanggapan atas pernyataan yang diberikan. Kuesioner ini bersifat tertutup di mana jawabannya sudah tersedia dengan alternatif jawaban menggunakan skala likert 1-5 yaitu 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS), 3 untuk jawaban Netral (N), 4 untuk jawaban Setuju (S), dan 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS).

F. Teknik Analisis Data

Selanjutnya, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda dengan bantuan program SPSS versi 24.00. Sebelum melakukan analisis regresi berganda dan hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas, statistik deskriptif dan asumsi klasik.

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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Adapun rumus yang dapat digunakan dalam mengukur nilai korelasi dengan *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total

n = banyaknya subjek

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu:

- Item pernyataan valid apabila r hitung $>$ r tabel
- Item pernyataan tidak valid apabila r hitung $<$ r tabel

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel (Ghozali, 2018). Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten. Adapun rumus yang dapat digunakan dalam mengukur reliabilitas instrumen dengan *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma t^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas

n = jumlah item pernyataan

$\Sigma \sigma t^2$ = jumlah *variance* skor tiap item

σt^2 = *variance* total

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2016: 19). Analisis deskriptif digunakan juga untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi, dan sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

a. Rata-rata hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau mean dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel n , maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{n}$$

Keterangan:

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.



\bar{x} =rata-rata hitung

x_i = nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel

b. Analisis Presentase

Analisis presentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis profil dilakukan dengan menghitung presentase dengan menggunakan rumus:

$$Fr_1 = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_1 = frekuensi alternatif ke-i setiap kategori

$\sum fi$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori i

N = Total responden

c. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel.

Oleh karena itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

RS = rentang skala penilaian

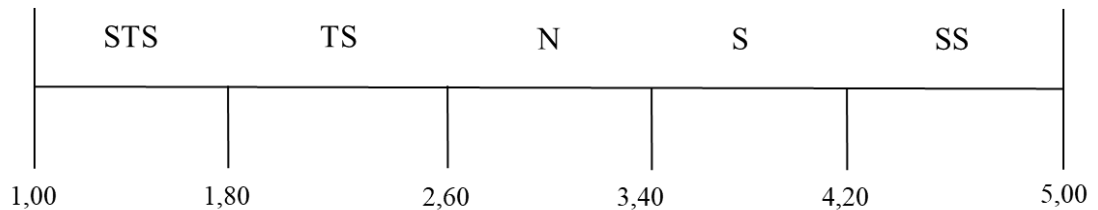


- m = skor tertinggi pada skala
- n = skor terendah pada skala
- b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Gambar rentang skala:



Keterangan:

- 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)

3. Uji Asumsi Klasik

Asumsi–asumsi diperlukan dalam regresi linear berganda. Tujuannya adalah untuk memperoleh nilai penaksir atau nilai koefisien α dan β yang tidak bisa sehingga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



menjadi nilai yang terbaik. Pengujian asumsi dasar klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menguji pada model regresi yang dihasilkan apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan:

- Angka signifikansi Uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal
- Angka signifikansi Uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Metode untuk menguji multikolinearitas yaitu dengan melihat besaran dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai VIF (*Variance Inflation factor*) < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terdapat multikolinearitas

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.



- Jika nilai VIF (*Variance Inflation factor*) > 10 dan nilai *tolerance* < 0,10 maka terdapat multikolinearitas

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai dalam memprediksi variabel terikat dalam mempengaruhi variabel bebasnya (Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Glejser Test* dengan dasar pengambilan keputusan:

- Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas
- Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas

4 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara beberapa variabel terhadap satu buah variabel. Variabel yang mempengaruhi sering disebut variabel bebas atau independen, sedangkan variabel yang dipengaruhi sering disebut dengan variabel terikat atau variabel dependen (Ghozali, 2018). Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan

α = Nilai konstanta

β = Nilai koefisien regresi dari tiap-tiap variabel independen

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.



X1 = Kualitas Layanan

Ⓒ X2 = Promosi Penjualan

ε = *error term*

5. Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis tersebut ditempuh langkah-langkah sebagai berikut: Uji Hipotesis dengan Uji t (t-test) dan uji F. Penggunaan uji t dan uji F dalam penelitian ini dimaksudkan agar dapat diketahui seberapa besar pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat jika dilakukan secara simultan.

a. Uji Hipotesis dengan Uji t

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Adapun kriteria yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel tersebut dengan cara melihat nilai sig (*p-value*) pada tabel *Coefficient*. Jika nilai sig. lebih kecil dari nilai *alpha* (5%) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

b. Uji Hipotesis dengan Uji F

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018:98). Kriteria yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel tersebut dengan cara melihat nilai sig (*p-value*) pada tabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ANOVA. Jika nilai sig. lebih kecil dari nilai *alpha* (5%) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat nilai koefisien determinasi. Ghozali (2018:97) mengemukakan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.