



BAB III

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan pada bab-bab yang telah ditulis sebelumnya, maka penulis akan menuliskan langkah-langkah metodologi penelitian yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini. Metodologi penelitian berisikan tentang pengetahuan yang membahas mengenai metode apa saja yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian. Dalam bab ini akan diuraikan lebih rinci mengenai objek penelitian, metode penelitian yang digunakan selama penelitian, variabel dalam penelitian, desain penelitian, teknik untuk pengumpulan data, teknik untuk pengumpulan sampel, dan teknik analisis data penelitian ini.

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan perusahaan *e-commerce* Zalora Indonesia. Subjek penelitian merupakan konsumen Zalora yang pernah membeli produk melalui aplikasi Zalora lebih dari sekali dan berdomisili di Jakarta Timur.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Santi (2017 : 25), ada delapan klasifikasi dalam desain penelitian bila dilihat dari perspektif yang berbeda, yaitu:

3.2.1 Berdasarkan Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan karena dimulai dari suatu hipotesis atau pertanyaan penelitian



melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau memberi jawaban atas pertanyaan dalam penelitian yang diajukan.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.2.2 Berdasarkan Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, penelitian ini akan melakukan penelitian dengan cara *survey*, dengan alasan penelitian ini akan mengajukan berbagai pertanyaan yang berhubungan dengan objek penelitian kepada subjek penelitian. *Survey* dilakukan dimana penulis membuat G-Form lalu menyebarkan G-Form Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

3.2.3 Berdasarkan Pengendalian Variabel-Variabel

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* (desain laporan sesudah fakta). Dalam hal ini, peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, artinya peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya. Peneliti yang melakukan survey hanya dapat melaporkan atau menyajikan data tentang apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi selama penelitian.

3.2.4 Berdasarkan Tujuan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan kasual (*casual-predictive*). Dalam penelitian ini akan berfokus pada bagaimana suatu variabel saling berpengaruh dengan variabel lainnya. Penelitian yang dilakukan ini ingin menjelaskan pengaruh kualitas layanan, dan citra merek terhadap loyalitas merek terhadap konsumen Zalora di Jakarta Timur

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.



3.2.5 Berdasarkan Dimensi Waktu

Penelitian yang dilakukan akan menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan “potret” dari sebuah situasi pada suatu saat .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.2.6 Berdasarkan Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian yang dilakukan menggunakan studi statistik sehingga penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Penelitian ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan berdasarkan karakteristik sampel. Kesimpulan dari karakteristik sampel merupakan kesimpulan dari hasil penelitian, yang akan disajikan berdasarkan tingkat validitas sampel dan representatif sampel.

3.2.7 Berdasarkan Lingkungan Penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.

3.2.8 Berdasarkan Persepsi Subjek

Kesimpulan dari penelitian ini akan sangat bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan subjek penelitian. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan pengertian kepada subjek penelitian sehingga menghindari adanya persepsi negatif saat penelitian



3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yang tinggal di wilayah Jakarta Timur sebanyak 130 orang.

3.3.2 Sampel

Kriteria sampel yang dipakai merupakan orang yang pernah melakukan pembelian lebih dari sekali melalui aplikasi Zalora.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di sekitar Jakarta Timur karena lebih mudah pengambilan data di sekitar daerah tersebut karena penulis tinggal disekitar itu sehingga lebih mudah menyebarkan G-Form.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel Penelitian dikelompokan menjadi variabel bebas (*bebas*) dan variabel terikat. Menurut dyah & Agustinus (2018 : 36) variabel bebas adalah

“variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel *bebas* adalah kualitas layanan dan citra merek.

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



Tabel 3.1
Indikator Variabel Kualitas Layanan (X1)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (Menurut Kotler dan Keller 2019 : 671)	Keandalan (reliability)	<ul style="list-style-type: none"> • Call center Zalora selalu siap membantu pelanggan secara profesional dan konsisten • Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Zalora selalu bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan • Ketepatan waktu dalam pengiriman produk sesuai dengan estimasi yang ditampilkan website 	Interval
	Daya tanggap (Responsiveness)	<ul style="list-style-type: none"> • Customer service Zalora cepat tanggap terhadap keluhan konsumen • Zalora langsung memberikan nomor resi paket setelah barang sudah dalam proses pengiriman. 	Interval
	Keyakinan (assurance)	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa aman saat melakukan pembelian produk melalui Zalora • Zalora memberikan kejelasan, meliputi persyaratan teknis dan administratif dalam berbelanja dengan rincian biaya tata cara pembayaran . • Keamanan dalam proses pengiriman produk Zalora dapat dipercaya dan terjamin • Zalora menyimpan dan menjaga informasi pribadi konsumen dengan baik. 	Interval
	Wujud fisik (<i>Tangibel</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Paket yang diterima dikemas dengan rapi • Logo Zalora mempunyai desain yang simple dan unik sehingga merek tersebut mudah dikenali. 	interval
	Empati (<i>Emphaty</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Zalora peduli dengan keluhan/ masalah yang dihadapi oleh pelanggan • Menjawab setiap pertanyaan konsumen ataupun menerima keluhan saran dengan sopan dan jelas 	interval

1. Ditanya 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
Indikator Variabel Citra merek (X2)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra Merek (Keller dan Vanitha 2020:46)	Kekuatan (<i>Strengthness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Zalora menjamin produk-produk yang bisa dijual di <i>E-commerce</i> sebagai produk asli, bukan produk palsu. Zalora memiliki harga yang relatif lebih murah dibandingkan <i>e-commerce</i> lainnya. Barang yang dijual di Zalora terjangkau namun berkualitas 	Interval
	Keunikan (<i>Uniqueness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Zalora merupakan retail fashion online bagi pria dan wanita . Zalora mempunyai kemasan yang rapi, unik, dan melindungi barang pesanan konsumen Zalora mempunyai sistem pengembalian barang yang mudah dan fleksibel jika barang pesanan tidak sesuai dengan selera konsumen. 	Interval
	<i>kesukaan (Favorable)</i>	<ul style="list-style-type: none"> Zalora merupakan <i>e-commerce</i> yang dapat dipercaya Zalora memiliki berbagai variasi produk <i>fashion</i> yang menarik dan asli Zalora dapat menarik minat saya dapat membeli produk yang ada di Zalora 	Interval

© Himpunan Ilmiah IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Hak Cipta Milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3. 3
Indikator Variabel Loyalitas Merek (Y1)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Merek Hatane Samuel, (2018: 71)	Mengukur perilaku (<i>Behavior measures</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih untuk membeli produk <i>fashion</i> di Zalora sebagai <i>e-commerce fashion</i> karena kebiasaan saya dalam berbelanja. Saya sangat menyukai produk yang ditawarkan oleh Zalora sehingga saya tidak mau untuk membeli produk <i>fashion</i> dari <i>e-commerce</i> lain. 	Interval
	Mengukur biaya mengganti (<i>Measuring switch cost</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Saya akan membeli produk dari merek lain karena faktor harga yang ditawarkan sangat berbeda dari Zalora. Terkadang saya membeli produk dari <i>e-commerce fashion</i> lain karena promo atau diskon yang ditawarkan merek tersebut 	Interval
	Mengukur kepuasan (<i>Measuring satisfaction</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh zalora. Saya sangat puas dengan harga yang diberikan oleh Zalora terhadap produknya. Produk yang dijual Zalora membantu dalam membuat penampilan saya terlihat lebih menarik 	Interval
	Mengukur komitmen (<i>Measuring commitment</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Saya merekomendasikan orang lain untuk membeli dari <i>e-commerce</i> Zalora. Saya merasa sebagai keharusan untuk membeli barang <i>fashion</i> melalui Zalora. 	Interval
	Mengukur kesukaan merek (<i>Measuring liking brand</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Saya sangat suka dengan produk Zalora karena kualitas produk yang dijualnya sangat baik. Zalora mencerminkan merek yang handal 	Interval

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel *bebas* adalah variabel terikat Menurut Dyah & Agustinus (2018 : 36) “variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang

1. Ditanya 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.

menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian yang dilakukan penulis variabel terikat adalah variabel Loyalitas Merek.

3.6 Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data adalah sebuah cara yang dilakukan peneliti untuk mengambil atau menampak informasi kuantitatif dari responden sesuai cakupan penelitian. Teknik pengumpulan data sangat penting dalam suatu penelitian dikarenakan, pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti, sehingga masalah yang timbul dapat diselesaikan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner (*Questionnaires*)

Skala Likert Menurut Dyah & Agustine (2018:36) terdiri atas sejumlah pernyataan deklaratif yang diberikan kepada responden untuk menyatakan apakah mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan tersebut. Umumnya, terdapat skala Likert 1 – 5 (Sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu atau tidak setuju/*undecided/netral/unsure*), setuju, dan sangat setuju). Berikut tabel nilai angka untuk skala likert.



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.



Tabel 3. 4
Tabel Bobot Nilai

Skala	Nilai
1. Sangat tidak setuju	1
2. Tidak setuju	2
3. Ragu-ragu	3
4. Setuju	4
5. Sangat setuju	5

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pengumpulan data diambil selama periode penelitian sekitar maret 2022 hingga agustus 2022

3.7 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel akan dilakukan dengan *non probability sampling*, dimana peneliti menentukan sampel berdasarkan ketersediaan responden/subjek penelitian.

Pendekatan yang digunakan adalah judgment sampling, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah responden penelitian merupakan para pengguna aplikasi atau website Zalora yang melakukan pembelian lebih dari satu kali melalui aplikasi Zalora yang bedomisili di Jakarta timur.

3.8 Pengolahan Data Dan Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka penulis menggunakan alat bantu berupa software komputer yang digunakan untuk menganalisis data yaitu SPSS 25. Teknik analisis data yang digunakan peneliti 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.



3.8.1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut Komarudin & Syahrudin (2017:119) 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. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang dibuat sudah dapat mengukur apa yang akan hendak untuk diukur.

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa masing-masing pertanyaan dalam instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini sehingga tidak ada satu pun pertanyaan atau pernyataan yang keluar topik.

Sebuah kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu pernyataan/item yang akan digunakan dalam penelitian ini, umumnya akan dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan uji validitas korelasi Bivariate Pearson (Produk Momen Pearson) dimana setelah r hitung ditemukan, r hitung dibandingkan dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$. Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel (0,172), pada nilai maka instrumen dinyatakan valid
- 2) Jika nilai r hitung $< r$ tabel (0,172), pada nilai signifikansi 5% maka instrumen dinyatakan tidak valid.

© 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.



Peneliti akan memakai rumus korelasi Pearson Product Moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = korelasi

x = skor variabel

y = skor total dari variabel (jawaban responden)

n = jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari selama menjawab penelitian. Suatu kuesioner tersebut dapat dinyatakan *reliabel* ketika pernyataan seseorang terhadap kuesioner yang diberikan stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap pertanyaan yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Uji reliabilitas juga mengukur suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal. Dapat dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Di penelitian ini, peneliti memakai Cronbach Alpha karena alternatif jawaban lebih dari dua. Menurut Dyah dan Agustinus (2018:211) suatu konstruk atau variabel dikatakan



reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $\geq 0,70$. Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Nilai alpha cronbach \geq nilai r tabel (0,70), maka instrumen dinyatakan reliabel.
- 2) Nilai alpha cronbach $<$ nilai r tabel (0,70), maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Rumus reliabilitas menggunakan Cronbach alpha :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{SD_b^2}{SD_t^2} \right)$$

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir soal atau butir pertanyaan

SD_t^2 = varians skor total

SD_b^2 = varians butir

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.

3.8.2. Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif Menurut Nisak & Eka (2020:53) adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif mungkin tidak perlu menemukan atau menerangkan saling berhubungan dan menguji hipotesis.



a. Rata-Rata

Rata-rata menurut Nisak & Eka (2020 : 82) merupakan titik berat dari seperangkat data atau observasi sensitif terhadap nilai ekstrim. Digunakan terutama bila teknik statistik lain, seperti menguji hipotesis akan digunakan pada data.

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

\bar{x} = rata-rata

Σ = sigma, yang memiliki jumlahkan suatu hal

x = nilai suatu hasil pengamatan atau observasi

Σx = jumlahkan semua observasi

n = jumlah semua observasi

b. Persentase

Untuk menentukan berapa persen karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, Pendidikan dan pekerjaan.

$$\rho = \frac{fi}{\Sigma fi} \times 100\%$$

Keterangan:

ρ = persentase dari responden yang berdasarkan kategori tertentu.

fi = banyaknya responden yang menjawab tertentu

Σfi = jumlah total responden

© 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.



c. Rentang Skala

Pada nilai penelitian ini, rentang skala digunakan untuk menggambarkan keseluruhan pernyataan responden atas suatu variabel.

Rumusnya adalah:

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

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

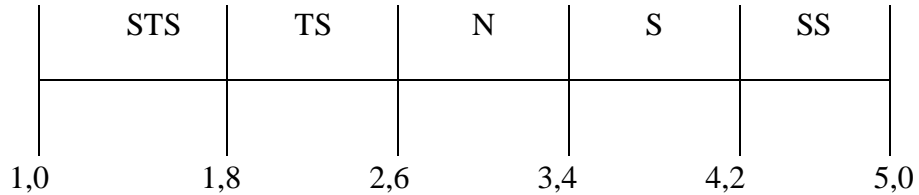
Keterangan

m : Rata-rata nilai tertinggi

n : Rata-rata nilai terendah

b : Jumlah kelas atau banyaknya kategori

Tabel 3.5
Tabel Rentang Nilai



Sumber: Data penelitian yang diolah 2022

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)

© 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.



3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini akan memakai analisis regresi linier berganda sehingga sebelum analisa ini akan dianalisis maka harus dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk menguji kualitas data yang akan diregresikan. Uji asumsi klasik yang akan diuji adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Menurut Nuryadi & Tutut (2017:79), Uji normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Uji normalitas bertujuan untuk mengetes apakah pada model regresi, residual atau variabel pengganggu mempunyai distribusi normal. Model regresi yang berkualitas memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat menggunakan uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai Kolmogorov-Smirnov tingkat signifikansi ($> 5\%$) maka data terdistribusi secara normal. Sebaliknya apabila nilai Kolmogorov Smirnov tingkat signifikansi ($\leq 5\%$), maka tidak terdistribusi normal. Hipotesis yang dibuat pada uji normalitas adalah sebagai berikut:

H_0 = Data terdistribusi normal

H_a = Data tidak terdistribusi normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas Menurut Andre Cahyadi (2020 : 29), bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika variansi dari residual satu



pengamat ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Deteksi dari adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik atau menggunakan statistik uji. Statistik uji yang digunakan adalah Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresi nilai absolute dari nilai residual terhadap variabel. Dari hasil regresi tersebut, dapat diketahui terjadi atau tidak heteroskedastisitas. Kriteria keputusan:

- 1) Jika $P\text{-value} \leq \text{nilai } \alpha$ ($\alpha = 5\%$), maka terbukti terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika $P\text{-value} > \text{nilai } \alpha$ ($\alpha = 5\%$), maka tidak terbukti terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Menurut Andre Cahyadi (2020:29), uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi ada karena observasi yang dijabarkan berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari Autokorelasi. Uji autokorelasi yang akan dipakai merupakan uji Durbin-watson (DW). Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak dengan cara menghitung batas atas (du) dan batas bawah (dl), kemudian melihat angka yang ada pada Durbin Watson. Berikut beberapa panduan setelah membandingkan DW:

© 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 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)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Bila DW terletak antara batas atas (du) dan (4-du), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol sehingga tidak ada autokorelasi.
- Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah, maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- Bila nilai DW lebih besar dari pada (4-dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada (4-dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) dan DW antara (4-du) dan 4 (4dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan
- Bila nilai DW terletak antara (4-du) dan (4-dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

d. Uji Multikolinieritas

Menurut Andre Cahyadi (2020 : 29) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang berkualitas seharusnya tidak akan terjadi korelasi terhadap semua variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas adalah

- Jika nilai tolerance ≥ 0.10 atau VIF < 10 maka tidak ada multikolinieritas

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 tolerance < 0.10 atau VIF \geq 10 maka ada multikolinieritas.

3.8.4. Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis regresi terdiri atas regresi sederhana (*simple regression*) dan regresi berganda (*multiple regression*). ganda merupakan bentuk tes korelasi yang lebih kompleks. Tes ini bertujuan untuk mengeksplorasi kemampuan prediktif satu variabel bebas (*simple regression*) atau beberapa variabel bebas (*multiple regression*) terhadap variabel dependen.

Menurut Dyah & Agustinus Bandur (2018: 48) menjelaskan bahwa Jika tes korelasi hanya menjelaskan kuat-lemahnya hubungan linear (asosiatif) dua variabel, maka dalam tes regresi menggambarkan hubungan kausalitas atau hubungan sebab-akibat (*cause-effect*). Penulis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan komputer program SPSS 25 untuk mengetahui regresi berganda berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (loyalitas merek)

X₁ = Variabel bebas kualitas layanan

X₂ = Variabel bebas citra merek

a = nilai konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel kualitas layanan

β_2 = Koefisien regresi variabel citra merek





Hipotesis untuk penelitian ini adalah:

- Ho: Tidak ada pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek.
- Ha: Ada pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek.

Dasar pengambilan keputusan adalah:

- Terima Ho, jika $\text{sig} > 0,05$
- Tolak Ho, jika $\text{sig} \leq 0,05$

Beberapa pengujian yang perlu dilakukan untuk hasil persamaan regresi ganda di atas menurut Madjuki Reynard (2018:36) adalah:

a. Uji Signifikansi Keseluruhan dari Regresi Sampel (Uji Statistik F)

Dalam regresi linier berganda, uji-F mempun peran keseluruhan untuk model, dan masing masing variabel bebas dievaluasi dengan uji-t terpisah. Syarat yang akan digunakan dalam memilih suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan akan menggunakan SPSS sebagai berikut:

$$H_0 = \beta_1 = \beta_2$$

$$H_a = \text{tidak semua sama}$$

- 1) Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dan Sig. F untuk model regresi.
- 2) Bandingkan dengan hasil dari nilai Sig.F dengan $\alpha = 0,05$
 - Jika nilai $\text{sig.F} \geq 0.05$ F hitung $<$ F tabel maka model tidak fit dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
 - Jika nilai $\text{Sig.F} < 0.05$ atau F hitung $>$ F tabel maka model fit dan layak untuk digunakan dalam 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.



b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Menurut Madjuki Reynard (2018:37) Uji t digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah setiap variabel bebas berpengaruh pada variabel *terikat*. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dari penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variabel bebas signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Dari tabel *coefficient* diperoleh nilai t hitung dan Sig.1 untuk masing-masing variabel bebas yang diuji
- 2) Bandingkan nilai Sig. t (one tailed) dengan $\alpha = 0.05$ (5%)
 - Jika nilai Sig. t $\geq \alpha$ atau t hitung $> t$ tabel maka tolak H_0 , maka variabel bebas tidak akan berpengaruh signifikan terhadap variabel *terikat*.
 - Jika nilai Sig. t $< \alpha$ atau t hitung $< t$ tabel maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinan (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (*goodness of fit*). Koefisien determinasi ini mengukur prosentase total varian variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel bebas di dalam garis regresi.

Nilai R^2 memiliki nilai interval berkisaran antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$) Semakin besar R^2 (mendekati 1), semakin bagus hasil dari model regresi tersebut sebaliknya, semakin mendekati 0, maka variabel bebas secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

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) Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada hubungan antara X (variabel bebas) dan Y (variabel terikat), atau model regresi yang muncul tidak dapat diramalkan secara tepat terhadap Y (variabel terikat).
- 2) Jika $R^2 = 1$, bisa disimpulkan bahwa garis regresi yang muncul dapat memprediksi Y (variabel terikat) secara sempurna

Koefisien Determinasi (R^2) mempunyai tujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat berhubungan variabel terikat. Koefisien determinasi merupakan besarnya peran variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi/kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.