



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah fitur GoFood pada aplikasi Gojek.

Penelitian ini dilakukan melalui teknik komunikasi dengan subjek penelitian yaitu pelanggan yang menggunakan fitur Go Food di Jakarta minimal 3 kali dalam 1 bulan dan berusia minimal 17 tahun.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:125) menjelaskan bahwa desain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Dalam Cooper dan Schindler (2014:126-129) memiliki desain penelitian yang diklasifikasikan dengan delapan perspektif, yaitu:

1. Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini dapat digolongkan ke dalam jenis penelitian formal, dikarenakan penelitian ini dimulai dengan merumuskan masalah lalu berlanjut sampai pengujian hipotesis. Hipotesis diuji dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dipaparkan dalam rumusan masalah.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui studi komunikasi dengan metode *survey*. Metode *survey* dilakukan dengan menyebarkan beberapa daftar pertanyaan berupa kuesioner kepada responden, pertanyaan tersebut

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.



mencakup variabel yang ada dalam penelitian ini. Tujuan melakukan metode pengumpulan data melalui kuesioner ini adalah untuk mendapatkan secara langsung data yang berasal dari responden penelitian ini atau bisa disebut juga data primer.

Responden penelitian ini yakni pelanggan GoFood di Jakarta.

3. Pengendalian Variabel oleh Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *ex post facto*, artinya penelitian ini bersifat empiris dan sistematis karena peneliti tidak bisa mengendalikan atau mengontrol variabel penelitian. Dengan kata lain, variabel tidak dapat dimanipulasi oleh peneliti. Maka peneliti hanya dapat melaporkan peristiwa yang sedang terjadi atau peristiwa yang sudah terjadi saat penelitian ini dilakukan.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kausal. Dikatakan sebagai penelitian kausal dikarenakan penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel yang ada didalam penelitian ini memiliki hubungan dan ingin mempelajari bagaimana variabel yang satu dapat mengakibatkan perubahan pada variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan GoFood di Kota Jakarta.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian *cross-sectional*. Termasuk ke dalam *cross-sectional* dikarenakan jawaban responden atas pertanyaan penelitian hanya dikumpulkan dalam satu periode waktu tertentu atau hanya dilakukan sekali, yaitu pada saat pembagian kuesioner.

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.



6. Ruang Lingkup Topik

- Ⓒ Penelitian ini tergolong sebagai studi statistik dengan hipotesis yang diuji secara kuantitatif. Studi ini untuk menangkap karakteristik dari populasi dengan membuat kesimpulan dari karakter sampel.

7. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dapat digolongkan ke dalam penelitian lapangan (*field studies*), karena hasil data dari responden yang berasal dari kuesioner dapat diperoleh secara langsung. Hal ini dikarenakan objek penelitian dan subjek penelitian berada dalam lingkungan yang aktual.

C. Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang dapat mengambil nilai yang berbeda atau bervariasi (Sekaran & Bougie, 2016:77). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan independen.

Variabel dependen atau sering juga disebut sebagai variabel terikat merupakan variabel yang terbentuk sebagai akibat dari adanya variabel independen, dengan kata lain ini merupakan variabel yang dipengaruhi. Sedangkan, variabel independen atau sering juga disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab dari adanya perubahan terhadap variabel dependen atau dengan kata lain variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel independen adalah pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan. Berikut adalah operasionalisasi variabel-variabel tersebut dapat diuraikan 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 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.



1. Variabel Independen

a. Pengalaman pelanggan

Menurut Walden (2017:13) pengalaman pelanggan memiliki arti yaitu pengalaman subjektif yang ada dalam ingatan atau dialami pada saat itu, yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh dorongan kita yang pada gilirannya mengarah pada perilaku.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Pengalaman Pelanggan

Variabel	Dimensi	Item Pernyataan	Skala
Pengalaman pelanggan (Schmitt, 1999)	Sense	Saya merasa aplikasi <i>Go Food</i> mudah untuk digunakan	Interval
		Saya merasa aplikasi <i>Go Food</i> memiliki desain logo dan warna yang menarik	
	Feel	Saya merasa proses untuk melakukan transaksi <i>Go Food</i> sangat mudah dari awal hingga akhir	Interval
		Saya merasa senang menjelajahi menu-menu yang ada di <i>Go Food</i>	
	Think	<i>Go Food</i> telah bekerja sama dengan ratusan mitra usaha di Indonesia, sehingga dapat memberikan menu makanan dan minuman yang bervariasi baik dari segi harga maupun kualitas	Interval
		<i>Go Food</i> memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen	
	Act	<i>Go Food</i> merupakan pilihan saya ketika menggunakan layanan pesan antar makanan <i>online</i>	Interval
		GoFood mudah di akses kapanpun dan manapun sesuai dengan kebutuhan saya	
	Relate	<i>Go Food</i> cepat tanggap dalam memberikan layanan <i>online</i> jasa antar makanan	Interval
		<i>Go Food</i> memberi kebebasan konsumen melakukan komplek jika ada pelayanan yang tidak sesuai	

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.



b. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016:155) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Item Pernyataan	Skala
Kepuasan pelanggan (Tjiptono dan Diana, 2019:94)	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Saya merasa driver gofood berpenampilan bersih dan rapi	<i>Interval</i>
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Ketepatan waktu driver saat penjemputan dan pengantaran makanan/minuman	<i>Interval</i>
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kecepatan driver untuk menanggapi permintaan pelanggan	<i>Interval</i>
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Driver selalu bersikap jujur, contoh memberikan struck pembelian Go-Food bagi konsumen	<i>Interval</i>
	Empati (<i>Emphaty</i>)	Keramahan driver dalam melayani pelanggan	<i>Interval</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Variabel Dependen

a. Loyalitas pelanggan

Menurut Kotler et al. (2022:448) loyalitas pelanggan adalah komitmen yang ada dalam diri pelanggan secara mendalam untuk membeli kembali atau mendukung produk atau jasa yang disukainya di masa yang akan datang meskipun terdapat pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang dapat mendorong pelanggan untuk beralih.

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 3.3
Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	Item Pernyataan	Skala
Loyalitas pelanggan (Griffin, 2005:33-34)	Melakukan pembelian secara teratur (<i>Makes regular repeat purchases</i>)	Saya rutin menggunakan jasa layanan pesan antar makanan <i>Go Food</i> ketika ingin membeli makanan	<i>Interval</i>
	Membeli di luar lini produk/jasa (<i>Purchases across product and services lines</i>)	Saya menggunakan fitur lain pada aplikasi selain <i>Go Food</i> , seperti <i>GoJek</i> , <i>GoCar</i> , <i>Gosend</i>	<i>Interval</i>
	Merekomendasikan produk lain (<i>Refers other</i>)	Saya merekomendasikan <i>Go Food</i> sebagai pilihan layanan pesan antar makanan <i>online</i> kepada kenalan, keluarga, dan teman saya	<i>Interval</i>
	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (<i>Demonstrates an immunity to the full of the competition</i>)	Saya tidak akan beralih ke layanan pesan antar makanan <i>online</i> lain meskipun harga yang ditawarkan lebih murah	<i>Interval</i>

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

D. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan ruang lingkup generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80).

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengertian *non-probability* menurut Sugiyono (2017:84) memiliki arti teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik *non-probability* yang digunakan adalah *purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel yang



dilakukan dengan pertimbangan, ukuran dan dengan kriteria-kriteria tertentu yang sudah ditentukan oleh penulis agar sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti telah menetapkan sampel dan populasi yang ingin diteliti yaitu:

1. Berusia minimal 17 tahun
2. Pengguna fitur *Go Food* pada aplikasi Gojek di wilayah Jakarta
3. Pernah memesan makanan pada fitur *Go Food* minimal 3 kali dalam 1 bulan,
4. Bertempat tinggal di kota Jakarta (Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Jakarta Timur)

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2017:90) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 merupakan ukuran yang tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Subsampel yang dipecah dari sampel seperti pria/wanita, junior/senior dan sebagainya, ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis korelasi atau regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20 kelompok.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Roscoe tersebut lebih tepatnya mengacu pada teori Roscoe nomor tiga, yang mengatakan dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel yang akan diteliti sebanyak 10 kali dari jumlah indikator yang diteliti. Jadi karena penelitian ini terdiri dari 19 indikator, maka peneliti menetapkan ukuran sampel



sebanyak 190 orang responden, yang didapatkan dari 19 indikator penelitian dikali 10 ($19 \times 10 = 190$).

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224) mengatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan penelitian lapangan. Penelitian lapangan dalam penelitian ini berupa kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms*, yaitu penyebaran sebuah rangkaian pertanyaan beserta dengan pilihan jawaban kepada responden. Responden yang dimaksud adalah pengguna *Go Food* di Jakarta. Pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tersebut berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti untuk mencari informasi lengkap. Data kuesioner merupakan data primer dari penelitian ini.

Pengukuran variabel akan dilakukan dengan menggunakan Skala *Likert* dalam penelitian ini. Kuesioner disusun menggunakan skala *Likert* dengan lima tingkatan, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju.

F. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, selanjutnya peneliti akan melakukan pengolahan data untuk dianalisis dengan menggunakan alat bantu SPSS 20. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Hak cipta milik IBI BKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51) Pengujian validitas untuk mengukur mengukur sah atau tepat tidaknya suatu data berdasarkan yang terdapat pada hasil kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Rumus korelasi 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 tiap pertanyaan

Y = skor total

n = jumlah responden

Pada pengujian ini, peneliti mengukur menggunakan alat bantu peranti lunak (software) *Statistical Product and Service Solutions (SPSS) for Windows*. Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi *Product Moment Pearson*, yaitu dengan melihat angka koefisien pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Jika terdapat item yang tidak valid, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Uji validitas dalam penelitian ini melibatkan 30 responden. Namun apabila r hasil < r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Kriteria utama untuk pengambilan keputusan adalah :

- r-hitung > r –tabel, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap valid
- r-hitung < r –tabel, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap tidak valid

Dalam hal ini, peneliti menggunakan taraf signifikansi 5% untuk uji validitas, sehingga nilai r tabel nya adalah 0,3, jadi bila korelasi antara butir dengan skor total

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.



kurang dari 0,3 maka butir dalam instrument dinyatakan tidak valid (Sugiyono (2017:134).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45-46), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana kuatnya korelasi butir - butir dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliable apabila koefisien reliabilitasnya > 0,7.

Untuk uji reliabilitas, peneliti menggunakan koefisien Cronbach Alpha. “Jika koefisien *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60 dianggap buruk, reliabilitas dalam kisaran 0,70 dapat diterima, dan reliabilitas yang melebihi 0,80 adalah baik.” (Sekaran & Bougie, 2016:290).

Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σt^2 = varian total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir



3. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19), analisis deskriptif digunakan dalam memberikan sebuah gambaran atau pendeskripsian data yang dikaji dari mean, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness. Pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sebagai berikut :

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke- i setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah responden yang termasuk kategori- i

n = total responden

b. Mean/Rata-Rata

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut.

Mean dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung (*mean*)

x_i = nilai sampel ke- i

n = jumlah sampel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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.



c. Rata-Rata Tertimbang

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perhitungan rata-rata tertimbang dimana nilai rata-rata ini dihitung dengan memperhitungkan suatu timbangan/ bobot untuk setiap datanya. Data tersebut nantinya akan di dapat dari adanya nilai pembobotan yang terdapat di dalam kuesioner. Berikut ini rumus rata rata tertimbang yang digunakan sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan :

\bar{x} = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Interval. Skala ini menghasilkan data interval. Skor nilai yang diberikan untuk setiap jawaban dalam kuesioner adalah sebagai berikut, (Sekaran & Bougie, 2016:215):

Tabel 3.4
Skor Skala Likert

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Dengan demikian, rata-rata nilai responden dapat dihitung dengan cara membentuk kelas dari range tersebut, dan berdasarkan kelas tersebut dapat diketahui beberapa pertanyaan

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

Keterangan:

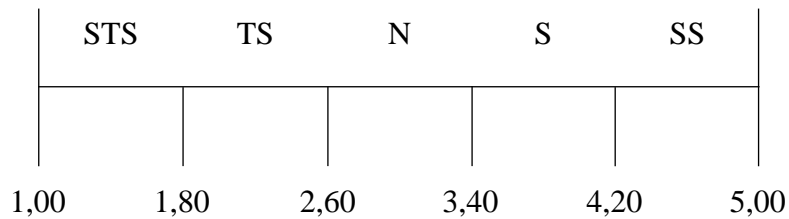
m = skor nilai tertinggi

n = skor nilai terendah

b = banyaknya kategori

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

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



Keterangan:

Sehingga interpretasi angka-angkanya 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)

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.



4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah sebuah metode untuk menguji suatu model atau persamaan regresi dengan tujuan untuk mencari tahu apakah model regresi berganda ini layak untuk digunakan terhadap variabel - variabel yang terdapat pada penelitian yang akan diujikan dan juga terbebas dari gejala multikolinearitas dan gejala heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:27) fokus utama daripada uji normalitas adalah untuk memberitahukan apakah distribusi dari suatu data mendekati distribusi normal atau tidak. Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen yaitu perbedaan antara nilai prediksi dengan skor yang sesungguhnya atau error akan terdistribusi secara simetri disekitar nilai means sama dengan nol, jadi salah satu cara mendeteksi normalitas adalah lewat pengamatan nilai residual. Sebuah data dikatakan baik apabila memiliki pola distribusi normal yang seimbang artinya tidak berat sebelah baik kiri maupun kanan. Uji normalitas di dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang dinyatakan dalam Asymp.Sig (2-tailed) dengan keterangan :

- H_0 : Data residual dengan distribusi normal
- H_a : Data residual dengan distribusi tidak normal

Berikut adalah kriteria utama dalam mengambil keputusan

- Jika probabilitas $\leq 0,05$, maka H_0 tidak diterima
- Jika probabilitas $\geq 0,05$, maka H_0 diterima

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.



b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107), Uji multikolinieritas memiliki fokus atau tujuan untuk mencari tahu apakah model regresi yang ditemukan memiliki korelasi dengan variabel bebasnya atau tidak, jika tidak ditemukan korelasi antar variabel independen, berarti variabel - variabel ini dikategorikan tidak ortogonal. Variabel dikatakan sebagai variabel ortogonal apabila nilai korelasi pada sesama variabel independen sama dengan nol. Dalam pengambilan keputusan pertimbangan utamanya adalah :

- Jika nilai VIF < 10 , berarti multikolinieritas tidak terjadi
- Jika nilai VIF > 10 , berarti multikolinieritas akan terjadi

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu komponen dari uji asumsi klasik dalam pembuatan model regresi yang bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya kesamaan varian suatu residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Statistik uji yang digunakan adalah Uji *Glesjser*. Menurut (Ghozali, 2018:143-144) Uji *Glesjser* dilakukan dengan cara meregrasi nilai absolut dari nilai residual terhadap variabel independent. Dari hasil regresi tersebut, dapat diketahui terjadi atau tidak heteroskedastisitas Dalam mengukur heteroskedastisitas kriteria utama yang perlu diperhatikan adalah :

- Jika nilai sig $> 5\%$, berarti heteroskedastisitas tidak terjadi
- Jika nilai sig $< 5\%$, berarti heteroskedastisitas terjadi

© 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.



5. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ahmaddien dan Syarkani (2019:64), menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan salah satu teknik analisis multivariat yang dapat mengukur hubungan lebih dari satu variable independent (bebas) dan satu variable dependent (terikat) dan juga digunakan sebagai membangun persamaan dan menggunakan persamaan itu untuk membuat sebuah perkiraan (*prediction*). Berikut adalah persamaan regresi berganda:

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

Keterangan :

Y = Loyalitas pelanggan

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisiensi regresi variabel X_1

β_2 = Koefisiensi regresi variabel X_2

X_1 = Pengalaman pelanggan

X_2 = Kepuasan pelanggan

ε = Error

6. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Ahmaddien dan Syarkani (2019:65), Uji F memiliki tujuan utama untuk menguji pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikatnya (dependen). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%). Untuk melihat signifikansi model regresi maka digunakanlah Uji F ini dengan hipotesis berikut :

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
- $H_a : \text{Tidak semua } \beta_1 = 0$



Berikut adalah kriteria utama dalam mengambil keputusan

- Jika nilai Sig F > 0,05, maka terima H₀ yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan
- Jika nilai Sig F < 0,05, maka tolak H₀ yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan

7. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ahmaddien dan Syarkani (2019:65), Uji t bertujuan untuk menguji seberapa berpengaruh suatu variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berikut adalah hipotesis yang digunakan:

- $H_{01} : \beta_1 = 0$
- $H_{a1} : \beta_1 > 0$
- $H_{02} : \beta_2 = 0$
- $H_{a2} : \beta_2 > 0$

Dasar pengambil keputusan sebagai berikut :

- Jika nilai Signifikansi (sig) < probabilitas 0,05 maka terdapat pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
- Jika nilai signifikansi (sig) > probabilitas 0,05 maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel



dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

• $R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

• $R^2 = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (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.