

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek yang akan diteliti oleh peneliti pada penelitian ini adalah Aplikasi Gopay sedangkan subjek penelitian yang ingin menjadi fokus adalah Pelanggan Aplikasi Gopay dan Pengikut akun Instagram Gopay Indonesia atau Pelanggan yang pernah melihat konten GopayIndonesia di media Instagram minimal 17 tahun.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Menurut Saparuddin et al. (2022:71) Secara umumnya Desain Penelitian adalah Peneliti yang akan melaksanakan susunan aktivitas sesudah rumusan masalah dan tujuan penelitian ini sudah ditetapkan oleh peneliti.

Menurut Saparuddin et al. (2022:73-77), Suatu desain penelitian minimal harus tersusun dari beberapa elemen penting yaitu :

1. **Pertanyaan Penelitian** : Pertanyaan Penelitian merupakan turunan dari masalah penelitian (problem statement). Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab 3, Pertanyaan Penelitian merupakan pertanyaan-pertanyaan kritis dari peneliti yang muncul untuk lebih mendalami tentang fenomena masalah yang ditemukan sekaligus mencari tahu jawaban/solusi/klarifikasi, sehingga ditemukan knowledge baru dari penelitian yang akan dilakukan.
2. **Data-Data yang dibutuhkan** : Unit analisis menjadi salah satu unit analisis yang akan harus ditetapkan oleh peneliti untuk dipakai. Dalam konteks penyusunan

desain penelitian. Setelah unit analisis ditentukan berikutnya peneliti akan menentukan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data.

3. Teknik Analisis Data : Peneliti dalam bagian ini harus memaparkan tentang kesesuaian antara teknik analisis data yang dipakai dengan pendekatan penelitian.
4. Hasil Analisis Data: Hasil Penelitian tentunya disesuaikan dengan pendekatan penelitian yang dipilih.
5. Diskusi hasil (pembahasan): Peneliti dalam desain penelitian menjelaskan bagaimana hasil penelitian dapat menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

### **3.3 Variabel Penelitian**

Menurut Tarjo (2019:41) Variabel merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai yang tidak sama atau tidak homogen sedangkan Menurut Sugioyono (2021:2) Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki wujud yang bebas yang peneliti sudah putuskan sehingga peneliti dapat mempelajari informasi terlebih dahulu terkait dengan yang sudah diputuskan peneliti lalu peneliti membuat kesimpulan yang sudah ada pada sesudah mempelajari informasi tersebut.

Menurut Sugioyono (2021:4) Variabel independen adalah variabel yang dapat menjadi sebab perubahan yang dapat mempengaruhi terhadap variabel terikat yang dikarenakan variabel terikat menjadi akibat dari variabel bebas sedangkan Menurut Sugioyono (2021:4) Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yang dikarenakan variabel tersebut dapat menjadi sebab perubahan terhadap variabel terikat.

Pada Penelitian ini untuk variabel Independent ada 2 yaitu Pemasaran konten, dan Pemasaran berbasis pengalaman, sedangkan untuk variabel Dependent pada topik penelitian ini adalah Loyalitas pelanggan.

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel Pemasaran konten**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pernyataan</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Pemasaran Konten (Irianto:2021)	Relevansi	Informasi yang disampaikan oleh Akun Instagram GopayIndonesia sesuai dengan kebutuhan dan masalah dari konsumen. (X1.1)	Skala Likert
	Akurasi	Informasi pada konten Akun Instagram GopayIndonesia sesuai dengan kondisi dan kenyataan. (X1.2)	Skala Likert
	Bernilai	Informasi konten Akun Instagram GopayIndonesia memiliki nilai dan manfaat bagi konsumen. (X1.3)	Skala Likert
	Mudah dipahami	Informasi konten GopayIndonesia mudah dipahami. (X1.4)	Skala Likert
	Mudah ditemukan	Konten Akun Instagram GopayIndonesia mudah ditemukan. (X1.5)	Skala Likert
	Konsisten	Konten Akun Instagram GopayIndonesia dilakukan update secara berkala. (X1.6)	Skala Likert

**Tabel 3. 2**

**Operasionalisasi Variabel Pemasaran berbasis pengalaman**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pernyataan</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Pemasaran berbasis pengalaman (Suhartapa:2024)	<i>Sense</i>	1.Fasilitas Gopay mampu memberikan pengalaman yang <i>sensasional</i> . (X2.1) 2.LayananGopay memberikan perasaan yang memuaskan panca indra. (X2.2)	Skala Likert
	<i>Feel</i>	1.Saya bangga menggunakan layanan Gopay. (X2.3) 2. Saya senang menggunakan layanan Gopay. (X2.4)	Skala Likert
	<i>Think</i>	1.Layanan Gopay mampu memberikan Solusi untuk masalah saya khusus dalam hal transaksi pembayaran. (X2.5) 2. Gopay dapat membuat pelanggan terdorong untuk memunculkan ide baru yang digunakan pada Gopay. (X2.6)	Skala Likert
	<i>Act</i>	Menggunakan Gopay merupakan bagian dari gaya hidup. (X2.7)	Skala Likert
	<i>Relate</i>	Gopay memberikan nilai yang lebih sehingga membentuk pengalaman yang berkesan bagi konsumen. (X2.8)	Skala Likert

**Tabel 3. 3**

**Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pernyataan</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Loyalitas Pelanggan (Mujito:2023)	Frekuensi pembelian	Saya sering menggunakan Aplikasi GopayIndonesia. (Y1.1)	Skala Likert
	Volume Pembelian	Saya cenderung setia menggunakan Aplikasi Gopay berapapun volume transaksinya. (Y1.2)	Skala Likert
	Rekomendasi	Saya sering merekomendasikan Aplikasi Gopay kepada orang lain. (Y1.3)	Skala Likert
	Retensi Pelanggan	Saya akan tetap menggunakan Aplikasi Gopay dalam masa mendatang. (Y1.4)	Skala Likert

	Kemampuan menahan produk pesaing	Saya cenderung memilih Aplikasi Gopay dibanding aplikasi merek <i>e-wallet</i> merek lainnya. (Y1.5)	Skala Likert
	Tingkat kepuasan	Saya merasa puas menggunakan aplikasi Gopay. (Y1.6)	Skala Likert
	Umpan balik	Saya akan memberikan umpan balik yang positif kepada Gopay. (Y1.7)	Skala Likert

### 3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugioyono (2021:61) Sampel merupakan anggota yang lebih kecil daripada populasi yang dimana mencakup kuantitas dan ciri-ciri pada populasi yang besar sedangkan Menurut Sugioyono (2021:62) Populasi merupakan kualitas serta ciri-ciri yang dimiliki oleh suatu objek/subjek yang menjadi elemen pada area generalisasi yang peneliti sudah putuskan supaya peneliti dapat mempelajari serta lalu dapat membuat suatu kesimpulan yang ada.

Populasi yang ingin diteliti oleh peneliti adalah seluruh pelanggan Aplikasi Gopay dan Pengikut akun Instagram Gopay Indonesia atau Pelanggan yang pernah melihat konten Gopay Indonesia di Instagram berusia minimal 17 tahun sedangkan Sampel yang ingin diteliti oleh peneliti adalah pelanggan Aplikasi Gopay dan Pengikut akun Instagram Gopay Indonesia atau Pelanggan yang pernah melihat konten Gopay Indonesia di Instagram berusia minimal 17 tahun

### 3.5 Teknik Pengambilan Sampel (Teknik Sampling)

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan oleh peneliti tersebut adalah Teknik *Non-Probability Sampling* yaitu dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Menurut Widiaworo (2019:81) Teknik *purposive sampling* adalah teknik yang akan digunakan oleh peneliti untuk mengambil sampel yang ingin diteliti dengan memperhatikan pertimbangan agar sampel layak untuk diteliti pada penelitian.

1. Responden merupakan pelanggan Aplikasi Gopay berusia minimal 17 tahun.
2. Responden merupakan Pengikut akun Instagram Gopay Indonesia atau Pelanggan yang pernah melihat konten Gopay Indonesia di Instagram berusia minimal 17 tahun.

Menurut Hair et al. (2019:133) Dalam mencari dan menentukan ukuran sampel yang minimal untuk dijadikan dalam sebuah penelitian maka dapat dijelaskan bahwasannya pada pedoman bahwa peneliti dapat mencari banyak indikator untuk masing variabel penelitian dikali rasio 5-10 dimana rasio paling kecil yaitu sebesar 5 dan rasio paling besar sebesar 10 namun rasio yang paling dapat diterima oleh peneliti adalah sebesar 10 pada rasio observasi. Hasil yang diperoleh oleh peneliti dari perhitungan dengan menggunakan ukuran sampel Hair et al. adalah  $18 \times 5 = 90$  responden. Dari perhitungan yang didapatkan oleh peneliti mengenai ukuran sampel minimum sebesar 90 responden maka dari 90 maka 100 responden akan diambil oleh peneliti untuk diolah minimal sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria untuk melanjutkan penelitian dengan memakai teknik analisis data.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu Teknik komunikasi dengan kuesioner. Peneliti menyebarkan kuesioner secara online dengan menggunakan berbagai media sosial minimal sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan Aplikasi Gopay dan Pengikut akun Instagram GopayIndonesia atau Pelanggan yang pernah melihat konten GopayIndonesia di Instagram berusia minimal 17. Secara online, Peneliti menyebarkan kuesioner tersebut melalui berbagai media sosial seperti Instagram, dan Whats App dimana kuesioner tersebut akan dikirimkan dalam bentuk *google form* berupa link *google form* yang dimana bentuk pertanyaan tersebut meliputi *closed questions* yang dimana pelanggan akan mengisi kuesioner tersebut dengannya memilih beberapa pilihan yang sudah tersedia pada *google form* dengan menggunakan *likert scale* yang sudah ditetapkan oleh peneliti itu sendiri mulai dari skala 1 sampai skala 5.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Sebelum peneliti ingin melakukan pengolahan data dengan memakai SPSS 26 maka peneliti mengecek terlebih dahulu responden yang sudah terkumpulkan dan mengisi jawaban di *google Form*. Dalam mengolah data yang sudah terkumpulkan dari kuesioner maka peneliti akan hanya mengolah data untuk responden yang merupakan pelanggan Aplikasi Gopay dan Pengikut akun Instagram Gopay Indonesia atau Pelanggan yang pernah melihat konten GopayIndonesia di Instagram berusia minimal 17 tahun saja dengan skala likert minimal sebanyak 100 responden. Sesudah peneliti itu menyebarkan kuesioner berupa *google form* ke responden dengan menggunakan berbagai media sosial

seperti Instagram, dan WhatsApp maka peneliti perlu mengolah data yang sudah didapatkan minimal sebanyak 100 responden yang sudah memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti dengan memakai teknik analisis data sebagai berikut :

### 3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### A. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2021:66) Uji Validitas dipakai untuk menaksir apakah suatu kuesioner itu dapat dianggap sebagai valid atau tidak valid sehingga dapat digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut dapat menyatakan variabel yang ingin diukur dari kuesioner yang diberikan dan diisi oleh responden. Adapun Uji Validitas dalam aplikasi penggunaan SPSS yaitu dengan menggunakan  $\alpha = 5\%$  yang dimana untuk menentukan r hitung itu dilihat dari nilai *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing item pernyataan dibandingkan dengan nilai rtabel yang dimana untuk nilai r tabel untuk variabel dapat dilihat pada rtabel untuk menentukan nilai tersebut yang disesuaikan dengan  $df = (N-2)$  dan tingkat signifikansinya.

Adapun rumus untuk menentukan nilai Uji Validitas adalah sebagai berikut:

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

Keterangan untuk perhitungan nilai Uji Validitas adalah sebagai berikut:

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi
- $n$  = Jumlah sampel
- $x$  = Cari tempat pernyataan
- $y$  = Skor total item pernyataan
- $\sum x$  = Jumlah skor item pernyataan
- $\sum y$  = Jumlah skor total item pernyataan
- $\sum xy$  = Jumlah perkalian  $x$  dan  $y$

Terdapat dua syarat yang harus dipenuhi oleh peneliti pada saat ingin mengambil keputusan untuk uji Validitas untuk mengetahui apa item pernyataan itu valid atau tidak valid untuk menyatakan variabel yang diukur dapat adalah sebagai berikut:

- Item pernyataan itu tidak valid jika peneliti memperoleh nilai rhitung, dan rtabel dengan membandingkan rhitung < rtabel.
- Item pernyataan itu valid jika peneliti memperoleh nilai rhitung, dan rtabel dengan membandingkan nilai rhitung > rtabel.

## **B. Uji Reliabilitas**

Menurut Ghazali (2021:61) Uji Reliabilitas merupakan salah satu uji yang dipakai oleh peneliti untuk mengetahui apakah suatu jawaban yang diberikan dan diisi oleh responden pada kuesioner itu dapat dipercaya dari variabel indikator yang ingin diukur. Adanya Uji nilai *Croanboach Alpha* ( $\alpha$ ) pada Uji Reliabilitas dapat dijadikan sebagai dasar/acuan dalam pengambilan sebuah keputusan apakah instrument pada variabel tersebut dikatakan reliable/tidak reliable yang dimana besar/kecilnya nilai *Croanboach Alpha* ( $\alpha$ ) akan menentukan apakah instrument-

instrument pada variabel tersebut dikatakan reliable/tidak reliable tergantung dari besar/kecilnya nilai *Croanboach Alpha* ( $\alpha$ ).

Adapun rumus untuk menentukan nilai *Croanboach Alpha* ( $\alpha$ ) pada Uji Reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r_i = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \left[ \frac{\sum \sigma_{t_b^2}}{\sigma_t^2} \right] \right)$$

Keterangan untuk perhitungan nilai *Croanboach Alpha* ( $\alpha$ ) pada Uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

$r_i$  = *reliabilitas* instrumen

$k$  = *Banyak* butir pertanyaan

$\sum \sigma_b$  = *Jumlah* varian butir

$\sigma_t$  = *Varians total*

Terdapat 2 syarat yang harus dipenuhi oleh peneliti pada saat ingin mengambil keputusan untuk uji Reliabilitas untuk mengetahui apakah instrument variabel penelitian dapat dipercaya atau tidak dapat dipercaya dari variable yang diukur dapat adalah sebagai berikut:

- Instrument pada variabel penelitian dikatakan reliable jika peneliti memperoleh nilai *Croanbach Alpha* serta menggunakan 0.6 dengan membandingkan nilai *Croanbach Alpha* lebih besar dari 0.6.
- Instrument pada variabel penelitian dikatakan tidak reliable jika peneliti memperoleh

nilai *Croanbach Alpha* serta menggunakan 0.6 dengan membandingkan nilai *Croanbach Alpha* lebih kecil dari 0.6.

### 3.7.2 Analisis Deskriptif

Agar data dapat dideskripsikan dan digambarkan dari data yang sudah diperoleh peneliti maka peneliti dapat memakai Analisis Deskriptif terkait dengan topik penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

#### A. Rentang Skala

Skala yang dipakai untuk penelitian tersebut pada kuesioner adalah Skala Likert.. Menurut Ghozali (2021:61) *Ordinal scale* atau *likert scale* menjadi salah satu skala yang selalu dipakai oleh peneliti dalam mengatur kuesioner yang terdiri dari skala 1-5 yang dimana skala ini mencakup dari "sangat tidak setuju" sampai "sangat setuju" yang merupakan opsi untuk pilihan responden.

**Tabel 3. 4**  
**Skala Likert**

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu-ragu atau Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber Data: Imam Ghozali, APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE (2021)

Peneliti dapat menghitung Rentang skala dengan menggunakan nilai skala yang sudah ditetapkan oleh peneliti pada *likert scale* dari skala 1 sampai 5 dengan menentukan nilai "b" dan nilai "k" terlebih dahulu untuk mendapat mengetahui berapa besar nilai rentang skala yang akan didapatkan oleh peneliti dengan menetapkan nilai skala 1 sampai 5 pada *likert scale*. Adapun hasil perhitungan yang akan diperoleh dalam mencari nilai rentang skala dengan menggunakan likert scale adalah sebagai berikut:

$$RS = (b - k) / b$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

b = Skala Ukur Terbesar

k = Skala Ukur Terkecil

Peneliti dapat menentukan berapakah besaran nilai rentang skala yang akan diperoleh pada saat menggunakan *likert scale* yang sudah ditetapkan oleh peneliti dari nilai skala 1 sampai 5 sebagai berikut :

$$RS = (b-k)/b$$

$$Rs = (5-1)/5$$

$$Rs = 0.8$$

Berdasarkan hasil perhitungan-perhitungan rentang skala diatas, maka dari itu didapatkan rentang skala actualnya sebagai berikut :

**Tabel 3. 5**  
**Rentang Skala Likert Analisis Deskriptif**

Rentang Skala	Keterangan
>1.00 – 1.80	Sangat Tidak Setuju
>1.80 – 2.60	Tidak Setuju
>2.60 – 3.40	Ragu-ragu
>3.40 – 4.20	Setuju
>4.20 – 5.00	Sangat Setuju

Sumber Data: Husein Umar, Metode Riset Manajemen Perusahaan (2019)

**Gambar 3. 1**  
**Rentang Skala Analisis Deskriptif**

1	1,8	2,6	3,4	4,2	5
STS	TS	N	S	SS	

Sumber Data : Diolah Peneliti, 2024

### **B. Rata-Rata (Mean)**

Menurut Siagian (2023:60) *Mean* merupakan ukuran pemusatan yang mana angka-angka yang dijumlahkan secara semua untuk bilangan tersebut dapat dibagi dengan banyak data-data yang sudah ada pada bilangan tersebut.. *Mean* dapat terbagi menjadi dua yaitu Pengelompokkan data yang sudah diratakan pada Tabel Distribusi Frekuensi, dan Tanpa Pengelompokkan data yang sudah diratakan tanpa Tabel Distribusi Frekuensi

Jika tanpa pengelompokkan data yang sudah diratakan tanpa Tabel Distribusi dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan pada perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

$\bar{x}$  = rata-rata hitung

$n$  = banyak data

$\sum x$  = jumlah seluruh nilai data

Jika Pengelompokkan data yang sudah diratakan pada Tabel Distribusi Frekuensi dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum(f \times m)}{n}$$

Keterangan pada perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

$f$  = frekuensi kelas interval

$m$  = titik tengah kelas interval

$n$  = banyak data/jumlah frekuensi

### 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

#### A. Persamaan Regresi Linear Berganda

Menurut Sugioyono (2021:275) Analisis Regresi Linear Berganda akan dipakai oleh peneliti apabila peneliti bertujuan untuk dapat memprediksi kondisi apakah variabel dependen yang akan diteliti oleh peneliti itu akan bertambah ataupun berkurang.

Peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda karena peneliti menggunakan lebih dari 1 variabel bebas yaitu Pemasaran Konten dan Pemasaran Berbasis Pengalaman dimana peneliti ingin menguji “Apakah Pemasaran Konten di Instagram dan Pemasaran Berbasis Pengalaman berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Gopay Tahun 2024?”. Uji Asumsi Klasik merupakan salah satu uji yang menjadi syarat yang wajib diwujudkan oleh peneliti pada saat ingin memakai teknik analisis data regresi linear sederhana maupun berganda.

Adapun bentuk persamaan Regresi Linear Berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan persamaan Regresi Linear Berganda adalah sebagai berikut:

Y = variabel terikat Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi Pemasaran Konten di Instagram

$b_2$  = Koefisien Regresi Pemasaran Berbasis Pengalaman

$b_n$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Variabel bebas Pemasaran Konten di Instagram

$X_2$  = Variabel bebas Pemasaran berbasis pengalaman

$X_n$  = Variabel bebas

## **B. Uji Asumsi Klasik**

Menurut Umar (2019:74) Uji Asumsi Klasik adalah Uji yang wajib utama dilakukan oleh peneliti yang disyaratkan sebelum peneliti melakukan teknik analisis data dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Sederhana maupun teknik Analisis Regresi Linear Berganda dalam melakukan Uji Asumsi Klasik mula dengan perlu memperhatikan Uji Normalitas Residual, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Adapun penjelasan mengenai Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas sebagai berikut:

### **1. Uji Normalitas Residual**

Menurut Nugroho dan Haritanto (2022:157-158) Uji Normalitas merupakan uji yang menjadi syarat yang wajib yang perlu dilakukan peneliti untuk mencari tahu apakah data residual yang dimiliki oleh variabel penelitian itu dapat berdistribusi normal atau tidak sehingga peneliti diharapkan bahwa dalam penelitian itu, data residual yang dimiliki oleh variabel penelitian tersebut dapat berdistribusi normal sehingga dapat membuat data dari variabel penelitian semakin normal yang dapat dilihat tergantung dari besar atau kecilnya nilai asymp.Sig. dalam model regresi.

Terdapat 2 syarat yang harus dipenuhi oleh peneliti pada saat ingin mengambil keputusan untuk uji Normalitas untuk mengetahui apakah data yang dimiliki oleh peneliti itu berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal dapat diambil adalah sebagai berikut:

- Data residual berdistribusi normal jika peneliti memperoleh nilai Sig. dan 0.05 dengan membandingkan Sig. > 0.05.
- Data residual berdistribusi tidak normal jika peneliti memperoleh nilai Sig. dan 0.05 dengan membandingkan Sig. < 0.05.

## **2. Uji Multikolinieritas**

Menurut Nugroho dan Haritanto (2022:167) Uji Multikolinearitas merupakan salah satu uji yang menjadi syarat wajib yang perlu dilakukan oleh peneliti ketika peneliti ingin mencari tahu kondisi apakah variabel independen (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) yang akan diteliti oleh peneliti itu mengakibatkan kondisi korelasi yang lebih sempurna atau tidak sempurna sehingga peneliti diharapkan bahwa dalam penelitian itu, variabel independen (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) yang ingin diteliti oleh peneliti itu tidak terjadi multikolinearitas yang dapat dilihat tergantung dari besar atau kecil nilai *VIF*. Atau *Tolerance* yang diperoleh peneliti dalam model regresi.

Terdapat 2 syarat yang harus dipenuhi oleh peneliti pada saat ingin mengambil keputusan untuk uji Multikolinearitas untuk mengetahui apakah peneliti memperoleh terjadi kondisi korelasi yang sempurna atau tidak sempurna adalah sebagai berikut:

-Variabel bebas (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) tidak terjadi/tidak terdapat Multikolinearitas jika peneliti memperoleh  $Tolerance > 0.100$  dan  $VIF < 10$

- Variabel bebas (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) terjadi/terdapat Multikolinearitas jika peneliti memperoleh  $Tolerance < 0.100$  dan  $VIF > 10$ .

### **3. Uji Heterokedastisitas**

Menurut Nugroho dan Haritanto (2022:169) Uji Heterokedastisitas merupakan salah satu uji yang menjadi syarat wajib yang perlu dilakukan oleh peneliti ketika peneliti ingin mencari tahu kondisi apakah variabel independen (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) yang akan diteliti oleh peneliti itu mengakibatkan terjadi variasi residual yang sama atau beda sehingga sehingga peneliti diharapkan bahwa dalam penelitian itu variabel independen (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) yang ingin diteliti oleh peneliti itu tidak terjadi Heteroskedasiditas yang dapat dilihat tergantung dari besarnya nilai Sig. dalam model regresi.

Terdapat 2 syarat yang harus dipenuhi oleh peneliti pada saat ingin mengambil keputusan untuk uji Heterokedasiditas untuk mengetahui apakah peneliti memperoleh terjadi variasi residual yang sama atau beda adalah sebagai berikut:

- Variabel bebas (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) tidak terjadi atau tidak terdapat Heterokedasiditas jika peneliti memperoleh nilai Sig. dan 0.05 dengan membandingkan Sig. > 0.05
- Variabel bebas (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) terjadi atau terdapat Heterokedasiditas jika peneliti memperoleh nilai Sig. dan 0.05 dengan membandingkan Sig. < 0.05

### **C. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2021:147) Uji Koefisien Determinasi adalah uji yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mencari tahu seberapa dekat atau jauh suatu ragam variabel terikat itu yang dapat dilihat tergantung dari nilai  $R^2$  sehingga dapat dijelaskan oleh adanya kemampuan model pada variabel bebas.

### **D. Uji Signifikansi Anova (Uji Statistik F)**

Menurut Nugroho dan Hatitanto (2022:150) Uji statistik F adalah uji yang dilakukan oleh peneliti untuk mencari tahu besar atau kecilnya pengaruh variabel bebas (Pemasaran Konten, Pemasaran Berbasis Pengalaman) untuk menjelaskan Variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) secara bersama-sama yang dapat dilihat tergantung dari nilai Sig. masing2 variabel bebas (Pemasaran Konten, Pemasaran Berbasis Pengalaman).

Terdapat 2 syarat yang harus dipenuhi oleh peneliti pada saat ingin mengambil keputusan untuk uji F untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama adalah sebagai berikut:

-Variabel bebas (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman ) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) secara bersama-sama jika peneliti memperoleh nilai Sig, 0.05 atau  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan membandingkan nilai  $Sig. > 0.05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  menerima  $H_0$ .

-Variabel bebas (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) secara bersama-sama jika peneliti memperoleh nilai Sig. 0.05 atau  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan membandingkan  $Sig < 0.05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga peneliti menolak  $H_0$ .

Peneliti dapat menentukan nilai  $F_{tabel}$  dengan diperoleh  $F(\alpha, df_1, df_2)$  dengan cara menentukan nilai  $\alpha$  yang merupakan tingkat kesalahan , serta  $df_1$ , dan  $df_2$  yang dimana  $df_1 = (k-1)$  sedangkan  $df_2 = (n-k-1)$ . Pada  $df_1$  maka peneliti dapat mencari terlebih dahulu nilai  $k$  yang Dimana nilai  $k$  merupakan banyak variable bebas yang dipakai oleh peneliti pada penelitian ini. Pada  $df_2$  maka peneliti dapat mencari nilai  $k$  dan nilai  $n$  yang dimana  $n$  merupakan nilai  $n$  merupakan jumlah responden yang menjadi sampel pada penelitian ini.

e. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2021:148-149) Uji t adalah uji yang dilakukan oleh peneliti untuk mencari tahu seberapa dekat atau jauh variasi variabel terikat itu dapat dijelaskan oleh adanya variabel individual secara signifikan pengaruh yang dapat dilihat tergantung dari nilai Sig. masing2 variabel bebas (Pemasaran Konten, Pemasaran Berbasis Pengalaman) terhadap Variabel terikat (Loyalitas Pelanggan). Dalam Output SPSS mengenal *one-tailed* dan *two-tailed*. Apabila *one tailed* maka nilai Sig. dibagi dua sedangkan jika *two tailed* maka nilai Sig. tidak perlu dibagi dua.

Terdapat 2 Syarat yang harus dipenuhi oleh peneliti pada saat ingin mengambil keputusan untuk uji t untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual adalah sebagai berikut:

-Variabel bebas (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) secara parsial apabila peneliti memperoleh nilai Sig < 0.05 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga peneliti menerima  $H_0$ .

- Variabel bebas (Pemasaran Konten, dan Pemasaran Berbasis Pengalaman) berpengaruh terhadap variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) secara parsial jika peneliti memperoleh nilai Sig < 0.05 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga peneliti menolak  $H_0$ .

Peneliti dapat menentukan nilai  $t$  tabel dengan diperoleh  $t(\alpha, n-1)$  yaitu dengan cara menetapkan nilai  $\alpha$  yang merupakan Tingkat kesalahan yang ada peneliti serta nilai  $n$  merupakan jumlah responden yang menjadi sampel pada penelitian ini yang dimana pemakaian  $t(\alpha, n-1)$  dalam penelitian ini disesuaikan dengan *Sided tail* dimana peneliti menggunakan  $t(\alpha, n-1)$  apabila uji  $t$  nya memakai *one sided tailed* sedangkan peneliti menggunakan  $t(\alpha/2, n-1)$  apabila uji  $t$  nya memakai *two sided tailed* dalam penelitian.