



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:8), penelitian dilakukan pada objek yang bersifat alami, dimana objek yang terbentuk secara apa adanya tanpa manipulasi atau pengaruh dari keberadaan peneliti. Penelitian ini fokus pada KFC sebagai objek penelitian. Proses penelitian dilakukan dengan cara berkomunikasi dengan subjek penelitian, yakni pelanggan yang telah mengunjungi KFC sebelumnya. Komunikasi dengan subjek dilakukan melalui instrumen berupa kuesioner.

#### 3.2 Desain Penelitian

Menurut Schindler (2022 : 75), desain penelitian merupakan struktur atau kerangka kerja yang digunakan untuk mengatur dan merencanakan cara pengumpulan dan analisis data untuk mencapai tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu peran variabel citra merek dan kualitas produk dalam mempengaruhi loyalitas merek. Desain penelitian dibagi menjadi beberapa klasifikasi menurut Schindler (2022 : 78-85), diantaranya sebagai berikut :

##### a. Tujuan Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kausal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah citra merek dan kualitas produk memengaruhi loyalitas merek.

Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi bagaimana perubahan pada satu variabel dapat mempengaruhi variabel lainnya. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan referensi yang berguna bagi perusahaan maupun pembaca, untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau 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.



memahami apakah terdapat hubungan antara variabel independen, yaitu citra merek dan kualitas produk, dengan variabel dependen, yaitu loyalitas merek.

b. Kemampuan Peneliti untuk Memanipulasi Variabel

Penelitian ini termasuk dalam kategori *ex post facto*, yang berarti peneliti tidak memiliki kontrol untuk mengendalikan variabel yang ada. Metode ini digunakan untuk mengamati dan melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau sedang berlangsung tanpa intervensi dalam manipulasi variabel.

c. Ruang Lingkup Topik

Lingkup penelitian ini lebih fokus pada luasnya cakupan studi daripada mendalami setiap aspeknya secara mendalam, dan termasuk dalam kategori penelitian statistik.

Berdasarkan karakteristik sampel yang digunakan, penelitian ini berusaha untuk menentukan sifat-sifat populasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan pendekatan kuantitatif.

d. Fokus Pengukuran

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam pengukurannya. Instrumen penelitian berupa survei yang dilakukan melalui kuesioner *Google Form*, yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada responden.

e. Kompleksitas Desain

Desain *single-methodology* menggunakan satu jenis metode survei, yaitu kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini untuk menilai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas merek KFC.

f. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, digunakan kuesioner yang mencakup pertanyaan mengenai variabel yang diteliti, yaitu citra merek, kualitas produk, dan loyalitas merek, yang disebarakan melalui Google Forms. Metode

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

pengumpulan data ini dipilih untuk memperoleh informasi langsung dari para responden sebelum akhirnya diuji oleh peneliti.

g. Lingkungan Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan dengan melakukan penelitian lapangan, yang merupakan sebuah lingkungan nyata dan aktual dimana subjek dan objeknya berada didalam penelitian.

h. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, dengan menggunakan studi *cross-sectional study*, data dikumpulkan hanya pada satu waktu tertentu untuk mewakili kondisi pada saat tersebut.

i. Kesadaran Penelitian Partisipan

Subjek yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan subjek yang tidak merasa ada penyimpangan, namun tidak memiliki keterkaitan langsung dengan penelitian tersebut.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Schindler (2022:39) menyatakan bahwa populasi adalah kelompok subjek penelitian yang mencakup individu, peristiwa, atau catatan yang memiliki karakteristik yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Populasi ini tidak hanya meliputi aspek kuantitatif, tetapi juga mencakup kualitas serta atribut yang terdapat dalam kelompok objek atau subjek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen KFC.

#### 3.3.2 Sampel Penelitian

Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan





sampel sebagai perwakilan populasi yang akan diteliti lebih lanjut. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi tersebut (Hair et al., 2019:211). Dalam penelitian ini, sampel diambil dari pelanggan KFC yang telah melakukan pembelian produk dari tempat tersebut. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah metode pemilihan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel (Sugiyono, 2022:84). Metode pengambilan sampel ini digunakan karena jumlah konsumen produk KFC tidak diketahui dengan pasti.

Adapun jenis dari metode *non-probability sampling* terbagi enam diantaranya *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*. Metode yang digunakan oleh peneliti dalam mengolah sampel menggunakan metode *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2022:85) *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Responden berdomisili di Kota Daerah Khusus Jakarta,
- 2) Responden pernah mengonsumsi produk KFC baik secara *dine-in* atau *take-away* atau *online delivery*.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan menurut Hair et al. (2019:133), yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimal adalah lima kali jumlah indikator variabel dalam penelitian. Pada penelitian ini terdapat 19 indikator untuk 3 variabel, sehingga



perhitungannya menjadi  $5 \times 19 = 95$ . Dengan demikian, jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah 95 responden.



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

### 3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian yang peneliti lakukan berfokus di Jakarta. Alasan dalam pemilihan tempat di daerah tersebut karena dekat dengan kampus peneliti sehingga mempermudah peneliti untuk mencari sampel penelitian yang akan diambil dari mahasiswa Kwik Kian Gie, teman dan keluarga yang berada di daerah Jakarta Utara.

### 3.5 Variabel Penelitian

Sugiyono (2022:38) menyatakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang dapat diukur dan dipelajari dalam penelitian untuk memperoleh kesimpulan. Pada penelitian ini, terdapat tiga variabel, yakni dua variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek (X1) dan kualitas produk (X2), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas merek (Y).

#### 3.5.1 Variabel Independen (Bebas)

Menurut Hair et al. (2019:2), variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang dianggap dapat menyebabkan perubahan atau memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel independen yang digunakan, yaitu.

##### a. Citra Merek

Menurut Keller dan Swaminathan (2020:76-77), citra merek dapat diukur menggunakan tiga dimensi yang tercermin dalam butir-butir pertanyaan, seperti yang ditampilkan pada Tabel 3.1 berikut.



Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Citra Merek (X1)

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Citra Merek	Strength	Saya merasa informasi tentang produk KFC telah membantu saya memahami lebih dalam tentang merek KFC.	Likert
		Restoran siap saji KFC memiliki reputasi yang baik.	Likert
	Favorability	Saya memiliki pandangan positif terhadap merek KFC.	Likert
		Saya sangat menyukai produk KFC karena memenuhi kebutuhan dan keinginan saya.	Likert
	Uniqueness	Merek ini memiliki ciri khas yang membedakannya dari merek lainnya.	Likert

Sumber: Diadaptasi dari Keller dan Swaminathan (2020:76-77)

b. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2022:188) variabel kualitas produk dapat diukur berdasarkan dimensi dibawah ini yang tercermin kedalam butir-butir pertanyaan seperti:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk (X2)

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Kualitas Produk	Fitur	KFC menyediakan berbagai pilihan menu yang melengkapi pilihan utama untuk memenuhi selera saya.	Likert
		Kualitas Kinerja	KFC selalu menyajikan makanan dengan cita rasa yang lezat dan berkualitas tinggi.
		Kualitas rasa dari produk KFC sangat memuaskan dan memenuhi ekspektasi saya.	Likert
	Kualitas Kesesuaian	Kualitas produk makanan KFC selalu konsisten dari waktu ke waktu.	Likert
		Menu makanan di KFC selalu sesuai dengan deskripsi yang	Likert

© 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.



		diberikan dalam promosi atau iklan.	
	Keandalan	KFC dapat diandalkan dalam menyediakan produk dengan kualitas yang sama setiap kali saya membeli.	Likert
	Gaya	Tampilan produk makanan KFC disajikan dengan menarik.	Likert
	Bentuk	Bentuk produk makanan KFC menarik dan menggugah selera.	Likert
	Kustomisasi	KFC menyediakan opsi untuk menyesuaikan pesanan sesuai dengan preferensi saya (seperti tanpa saus atau tambahan menu tertentu).	Likert

Sumber: Diadaptasi dari Kotler dan Keller (2022:188)

### 3.5.2 Variabel Dependen (Terikat)

Menurut Schindler (2022:15), variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel utama yang menjadi fokus penelitian, diukur, diprediksi, atau diamati perubahannya akibat pengaruh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah loyalitas merek, yang dirinci dalam tabel berikut.

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Loyalitas Merek (Y)

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Loyalitas Merek	Perilaku	Frekuensi saya mengunjungi KFC lebih sering dibandingkan restoran lain	Likert
		Saya cenderung membeli produk KFC secara berulang dalam waktu dekat.	Likert
	Sikap	Saya merasa puas dengan pengalaman saya saat membeli dan mengonsumsi produk KFC.	Likert
		Saya berencana untuk terus membeli produk KFC di masa depan.	Likert
		Saya merekomendasikan KFC kepada teman atau keluarga sebagai pilihan restoran cepat saji.	Likert

Sumber: Diadaptasi dari Schiffman et al (2019 : 138)

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.



### 3.6 Teknik dan Pengumpulan Data

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner online melalui *google form*. Instrumen pengukuran yang digunakan adalah skala Likert, yang sesuai untuk mengukur variabel-variabel laten seperti sikap dan persepsi. Skala Likert yang diterapkan dalam penelitian ini berbentuk interval, sehingga memungkinkan analisis statistik yang lebih mendalam. Skala Likert, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2022:93), adalah cara untuk mengukur sikap, pandangan, atau persepsi seseorang. Dalam penelitian, skala ini digunakan untuk mengukur citra merek, kualitas produk dan loyalitas merek dengan cara mengubah variabel tersebut menjadi beberapa poin penting, lalu membuat pertanyaan berdasarkan poin-poin tersebut. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk menggunakan skala Likert dengan urutan dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju untuk mengukur pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas merek KFC.

Tabel 3.4  
Skor Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Ghozali, 2021

### 3.7 Pengolahan dan Analisis Data

Setelah dilakukan pengumpulan data oleh peneliti melalui kuisisioner, tahap selanjutnya yaitu data akan diolah agar dapat digunakan. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam meneliti penelitian ini sebagai berikut:

#### 3.7.1 Uji Kuisisioner

- a) Uji Validitas

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.



Menurut Ghozali (2021:66), uji validitas adalah proses untuk mengukur

sejauh mana suatu kuesioner dapat dianggap valid. Sugiyono (2022:121) menyatakan bahwa variabel dianggap valid jika instrumen yang digunakan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, sebuah kuesioner dapat dianggap valid jika pernyataannya dapat menggambarkan hal yang ingin diukur melalui kuesioner tersebut.

Pengujian validitas dilakukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan nilai r tabel. Pengujian ini akan dilaksanakan pada 30 responden, dengan membandingkan nilai r hitung terhadap nilai r tabel sebesar 0,361 pada tingkat signifikansi 0,05. Untuk melakukan uji validitas menurut Schindler (2022 : 414), aplikasi teknik korelasi *Pearson Product Moment* akan menggunakan rumus 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 = Koefisien korelasi
- n = Jumlah sampel
- x = Skor tiap pernyataan
- y = Skor total yang diperoleh

Untuk menentukan tingkat validitas instrumen dalam penelitian ini, kriteria diambil berdasarkan perbandingan antara nilai r hitung dan r tabel sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung > r tabel (0.361), dengan nilai signifikansi 5% (hasil pernyataan atau indikator valid)
- b. Jika nilai r hitung < r tabel (0.361), dengan nilai signifikansi 5% (hasil pernyataan atau indikator tidak valid)

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 Reliabilitas

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

Menurut Ghozali (2021:61), uji reliabilitas adalah metode untuk mengukur konsistensi jawaban dari *item* atau pernyataan yang diberikan pada responden dari waktu ke waktu. Hair et al. (2019:3) menjelaskan bahwa reliabilitas merujuk pada tingkat konsistensi suatu variabel atau lebih dalam mengukur hal yang seharusnya diukur. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan tersebut konsisten dan menghasilkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7. Berikut adalah rumus Cronbach's Alpha yang digunakan menurut Sahir (2021 : 33) :

$$r_{ii} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2}\right)$$

Keterangan:

$r_{ii}$  = Koefisien reliabilitas

$k$  = Banyak butir pernyataan

$\sum Si^2$  = Jumlah varians skor per butir pernyataan

$St^2$  = Jumlah varians total

## 3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022:147), statistik deskriptif adalah metode analisis data yang menggunakan statistik untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan tanpa melakukan generalisasi. Teknik ini memberikan gambaran mengenai data berdasarkan perhitungan seperti nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, nilai maksimum dan minimum, jumlah total (*sum*), rentang (*range*), dan lainnya (Ghozali, 2021:19). Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif yang digunakan mencakup beberapa hal dibawah ini:

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) Rata – rata hitung (*mean*)

Menurut Schlinder (2022 : 35) rata-rata atau *mean* adalah nilai pusat dari data yang diperoleh dengan menjumlahkan semua nilai data dan kemudian membaginya dengan jumlah data. Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rata-rata adalah sebagai berikut :

$$\bar{x} = \sum \frac{fi \cdot Xi}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = Rata-rata skor

$fi$  = Frekuensi kelompok data ke-i

$Xi$  = Nilai data yang diamati

$n$  = Jumlah data pengamatan

2) Rentang Skala

Skala Likert terdiri dari angka 1 hingga 5. Angka 1 mewakili nilai terendah atau sangat tidak setuju, sedangkan angka 5 mewakili nilai tertinggi atau sangat setuju. Berikut adalah rumus untuk menentukan rentang nilai pada skala Likert, menurut Mustafa (2013 : 117) :

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

Keterangan:

$Rs$  = Rentang skala penilaian

$m$  = Skor tertinggi

$n$  = Skor terendah

$b$  = Jumlah kelas atau kategori

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

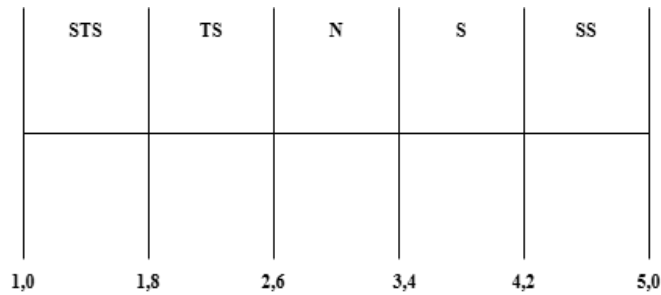
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Dalam penelitian ini, didapatkan nilai tertinggi dengan skor 5 dan nilai terendah dengan skor 1. Dengan jumlah kategori sebanyak 5, dapat ditentukan rentang skala pada penelitian ini sebagai berikut:

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



Keterangan:

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

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

### 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi menurut Ghozali (2021:145-146), adalah analisi yang digunakan untuk mempelajari kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis regresi membantu menemukan hubungan positif maupun negatif antara variabel dependen dan variabel independen. Adapun uji dan analisis yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

- Estimasi Persamaan Regresi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Model persamaan regresi membantu memperkirakan nilai observasi dengan nilai yang diestimasi. Nilai observasi pada populasi umumnya akan diwakili dengan  $Y$  ( $Y$  tanpa topi), sedangkan untuk membedakan, hasil estimasi akan diwakili dengan simbol  $\hat{Y}$  ( $Y$  dengan topi). Adapun persamaan rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

- $\hat{Y}$  = Variabel terikat (Loyalitas Merek)
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1$  = Koefisien regresi variabel bebas 1 (citra merek)
- $X_1$  = Variabel bebas 1 (citra merek)
- $\beta_2$  = Koefisien regresi variabel bebas 2 (kualitas produk)
- $X_2$  = Variabel bebas 2 (kualitas produk)

b) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut Ghozali (2021:196), adalah sebuah uji yang digunakan untuk memeriksa apakah data sisa atau residual dalam model regresi berdistribusi normal. Apabila nilai residual tidak terdistribusi normal, maka pengujian statistik dengan jumlah sampel menjadi tidak valid. Terdapat dua cara untuk mengukur distribusi data residual yaitu analisis grafik dan analisis statistik. Dalam penelitian ini digunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk menguji normalitas residual. Uji statistik K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



- a)  $H_0$ : Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ ,  $H_0$  diterima dan data residual terdistribusi normal.
- b)  $H_A$ : Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ ,  $H_A$  ditolak dan data residual tidak terdistribusi normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2021:157), adalah sebuah uji yang digunakan untuk memeriksa hubungan (korelasi) antara variabel bebas (independent) dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terbukti multikolonieritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun kriteria uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai *tolerance*  $> 0.10$  atau  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolineritas.
- b) Apabila nilai *tolerance*  $< 0.10$  atau  $VIF < 10$ , maka terjadi multikolineritas.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2021:178), adalah sebuah uji yang digunakan untuk menguji apakah penyebaran residual (kesalahan prediksi) dalam model regresi konstan. Model regresi yang baik adalah model yang tidak dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model dengan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap. Kondisi tersebut disebut juga Homoskedastisitas atau tidak



terjadinya heteroskedastisitas. Adapun kriteria uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

- a) Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji Signifikansi Anova (Uji F)

Uji F menurut Ghozali (2021:148), adalah uji yang digunakan untuk menilai baik atau layaknya model regresi dengan melihat hubungan dari variabel dependen terhadap variabel independen. Hipotesis yang digunakan pada uji ini adalah:

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

$$H_A: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$$

Adapun dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam penelitian adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  atau  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima yang berarti model regresi yang digunakan layak pakai untuk memprediksi variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  atau  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak yang berarti model regresi yang digunakan tidak layak pakai untuk memprediksi variabel dependen.

d) Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t menurut Ghozali (2021:148-149), adalah uji yang digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara dua variabel. Uji t membantu menjelaskan kontribusi suatu variabel (independen) dalam menyebabkan



perubahan pada variabel yang diamati (dependen). Hipotesis yang akan digunakan pada uji ini adalah:

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_A: \beta_i \neq 0$$

Adapun dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam penelitian adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  atau  $t$  hitung  $\geq t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  atau  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

e) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menurut Ghozali (2021:147), adalah uji yang mengukur seberapa akurat sebuah model statistic dapat menjelaskan data yang ada. Dengan nilai koefisien determinasi antara nol dan satu, semakin kecil nilai  $R^2$  berarti semakin terbatas kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  mendekati angka satu berarti variabel independen memiliki kemampuan (mampu) untuk menjelaskan variasi variabel dependen secara sempurna.