

BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai analisis dari pengaruh kualitas produk, *store atmosphere* dan kesesuaian harga terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts & Coffee di wilayah Jakarta Utara. Objek dari penelitian ini adalah J.CO Donuts & Coffee, sedangkan yang menjadi subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi dan mengunjungi gerai dari J.CO Donuts & Coffee di wilayah Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:126), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bisa ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu :

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Studi penelitian dapat bersikap eksploratif atau formal. Perbedaan utama dari kedua pilihan tersebut adalah tingkatan struktur dan tujuan studi. Studi eksploratif (*exploratory studies*) cenderung memiliki struktur yang lebih longgar dengan tujuan untuk menemukan tugas penelitian selanjutnya. Tujuan utama eksplorasi untuk mengembangkan hipotesis atau pertanyaan dalam penelitian selanjutnya. Studi formal (*formal studies*) dimulai saat eksplorasi selesai-dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan riset dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

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



2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi. Dalam studi komunikasi, penulis mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan tanggapan mereka baik secara pribadi ataupun non pribadi.

Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Penelitian ini menggunakan penelitian *ex post facto*. Pada desain *ex post facto*, penelitian tidak memiliki kontrol atas variabel, peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi. Peneliti dibatasi untuk mempertahankan agar faktor-faktor tetap konstan dengan melakukan pemilihan yang benar terhadap subjek-subjek sesuai dengan prosedur pengambilan sampel yang ketat.

Tujuan Studi

Penelitian ini menggunakan studi kausal. Dengan melakukan studi ini, penelitian bermaksud untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas produk, *store atmosphere* dan kesesuaian harga terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts & Coffee di wilayah Jakarta Utara.

Dimensi Waktu

Penelitian ini akan menggunakan *cross-sectional study*, yaitu studi yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu. Penelitian ini menggunakan *cross-sectional study* karena penelitian hanya dilakukan satu kali dan menyajikan potret suatu kejadian dalam satu waktu.

© 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.



6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

Lingkungan Penelitian

Desain juga akan berbeda tergantung pada kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan) atau dibawah kondisi yang dimanipulasi. Berdasarkan lingkungan riset ini, desain penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual atau sesuai dengan kondisi lapangan.

Kesadaran Persepsi Partisipan

Manfaat suatu desain dapat berkurang pada saat orang-orang yang dilibatkan dalam studi yang disamarkan merasa bahwa suatu riset sedang dijalankan. Dalam penelitian ini, persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa adanya penyimpangan dari situasi-situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

C. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Terdapat tiga variabel independen yang digunakan sebagai bahan untuk menganalisis di dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

© 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.

a. **Kualitas Produk**

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

NO	DIMENSI	TEORI	INSTRUMEN	SKALA
1	Bentuk (<i>Form</i>)	Produk didiferensiasikan berdasarkan ukuran. (Kotler dan Keller 2016:392)	1. J.CO Donuts & Coffee menawarkan donat dengan ukuran yang sesuai dengan keinginan saya	Interval
2	Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>)	Kualitas kinerja adalah sebuah tingkatan dimana karakteristik utama dari produk beroperasi. (Kotler dan Keller 2016:392)	1. J.CO Donuts & Coffee menawarkan donat dengan rasa yang enak 2. J.CO Donuts & Coffee menawarkan donat dengan tekstur dan aroma yang khas	Interval
3	Kesesuaian kualitas (<i>Conformance Quality</i>)	Tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang telah dijanjikan (Kotler dan Keller 2016:392)	1. J.CO Donuts & Coffee menawarkan donat sesuai dengan yang digambarkan (di papan dan di menu)	Interval

© 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.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk (Lanjutan)

NO	DIMENSI	TEORI	INSTRUMEN	SKALA
4	Gaya (<i>Style</i>)	Menggambarkan keterampilan, nuansa produk, dan menciptakan khas tersendiri (Kotler dan Keller 2016:392)	1. J.CO Donuts & Coffee menawarkan donat dengan <i>topping</i> yang bervariasi 2. J.CO Donuts & Coffee menawarkan donat dengan bentuk dan motif yang menarik	Interval

b. **Store Atmosphere**

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel *Store Atmosphere*

NO	DIMENSI	TEORI	INSTRUMEN	SKALA
1	<i>Exterior</i>	Yang termasuk dalam <i>exterior</i> adalah pintu masuk, etalase, teras, papan nama toko, dan konstruksi material lainnya (Berman dan Evans:2018)	1. Papan nama J.CO Donuts & Coffee terlihat jelas 2. Etalase pada gerai J. CO Donuts & Coffee menarik untuk dilihat	Interval

© 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.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel *Store Atmosphere* (Lanjutan)

NO	DIMENSI	TEORI	INSTRUMEN	SKALA
2	<i>General Interior</i>	Kesan yang diciptakan seperti warna dinding toko yang menarik, musik yang diperdengarkan, serta aroma atau bau dan udara di dalam toko	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dinding toko di gerai J. CO Donuts & Coffee memiliki nilai estetika yang tinggi 2. Nuansa di gerai J. CO Donuts & Coffee seperti aroma dan musik meningkatkan daya tarik toko 	Interval
3	<i>Store Layout</i>	Perencanaan store layout meliputi penataan penempatan ruang untuk mengisi ruang toko (Berman dan Evans:2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penataan donat di gerai J.CO Donuts & Coffee tersusun rapih 2. Penempatan meja dan kursi di gerai J.CO Donuts & Coffee tertata rapih 	Interval

© 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. **Kesesuaian harga**

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kesesuaian Harga

NO	DIMENSI	TEORI	INSTRUMEN	SKALA
1	Kesesuaian harga dengan manfaat	Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk (Kotler dalam Amilia dan Asmara:2017)	Harga donat yang ditetapkan oleh J.CO Donuts & Coffee sesuai dengan manfaatnya	Interval
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik (Kotler dalam Amilia dan Asmara:2017)	Harga donat yang ditetapkan oleh J.CO Donuts & Coffee sesuai dengan kualitas yang diberikan	Interval
3	Daya saing harga	Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk oleh pesaingnya (Kotler dalam Amilia dan Asmara:2017)	J.CO Donuts and Coffee menawarkan donat dengan harga yang kompetitif	Interval
4	Keterjangkauan Harga	Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian (Kotler dalam Amilia dan Asmara:2017)	J.CO Donuts & Coffee menetapkan harga yang terjangkau	Interval

© 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.



2. Variabel Dependen

a. Loyalitas Konsumen

Tabel 3.4

Operasionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen

NO	DIMENSI	INSTRUMEN	SKALA
1	Melakukan pembelian berulang yang teratur (Griffin dalam Yusfita dan Yulianto:2018)	Saya akan melakukan pembelian ulang donat dari J. CO Donuts & Coffee	Interval
2	Membeli antar lini produk dan jasa (Griffin Yusfita dan Yulianto:2018)	Saya akan membeli produk lain dari J. CO Donuts & Coffee (contoh : kopi, yogurt, dll)	Interval
3	Mereferensikan kepada orang lain (Griffin dalam Yusfita dan Yulianto:2018)	Saya akan merekomendasikan donat J. CO Donuts & Coffee kepada orang lain	Interval
4	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (Griffin dalam Yusfita dan Yulianto:2018)	Saya tidak akan membeli donat selain dari J. CO Donuts & Coffee	Interval

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

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan kuesioner. Kuesioner ini disebarikan kepada konsumen J.CO Donuts & Coffee mengenai kualitas produk, *store atmosphere*, kesesuaian harga, dan loyalitas konsumen. Pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah pertanyaan tertutup dan menggunakan skala *Likert*.



1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Sumber data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah mengonsumsi dan mengunjungi gerai J.CO Donuts & Coffee.

Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan teknik komunikasi. Teknik komunikasi yang digunakan penulis adalah dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada responden yang pernah mengonsumsi dan mengunjungi gerai J.CO Donuts & Coffee.

Teknik Pengukuran Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert untuk mengukur data dari kuesioner yang telah disebarkan kepada konsumen J.CO Donuts & Coffee. Variabel penelitian yang digunakan, yaitu kualitas produk, store atmosphere dan kesesuaian harga akan dijabarkan menjadi indikator instrumen yang akan dinilai oleh para responden. Indikator dari instrumen tersebut akan dikembangkan menjadi sebuah pernyataan yang akan dinilai oleh para responden. Penilaian dari skala Likert adalah sebagai berikut :

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



Tabel 3.5

Jawaban Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Selanjutnya adalah rumus rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor dari setiap variabel di dalam penelitian. Berikut adalah rumus dari rentang skala:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan :

Rs = Rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

Dimana skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, sehingga dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

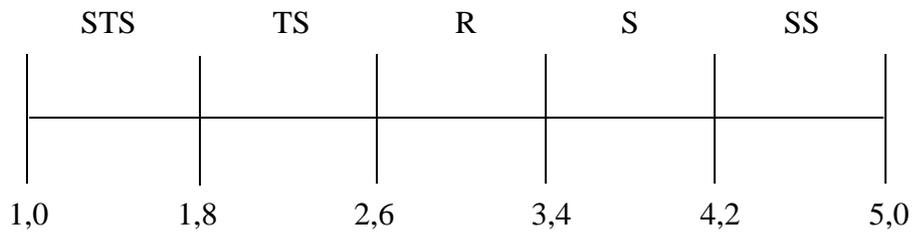
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 3.1

Rentang Skala



Keterangan :

- 1,0 – 1,79 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,80 – 2,59 = Tidak Setuju (TS)
- 2,60 – 3,39 = Ragu-ragu (R)
- 3,40 – 4,19 = Setuju (S)
- 4,20 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

E. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, penulis menggunakan desain pengambil sampel non-probabilitas (*non-probability sampling*). Jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling* untuk memperoleh data dari konsumen J.CO Donuts & Coffee dengan kriteria tertentu.

Untuk mendapatkan data pada penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada para pelanggan J.CO Donuts & Coffee dengan kriteria tertentu, yaitu :

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) Konsumen yang pernah mengonsumsi dan mengunjungi gerai J.CO Donuts & Coffee di wilayah Jakarta Utara.
- (2) Responden usia diatas 17 tahun.

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

F. Teknik Analisis Data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan program SPSS 25 untuk mengolah data yang telah diperoleh melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk mempermudah proses pengolahan data, antara lain:

Analisis Deskriptif

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

Keterangan :

ρ = Persentase dari responden yang berdasarkan kategori tertentu

fi = Banyaknya responden yang menjawab jawaban tertentu

$\sum fi$ = Jumlah total responden

a. **Rata-rata (*mean*)**

Rata-rata adalah sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamatan. Rumus rata-rata adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \sum \frac{fi \cdot xi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata

Fi = Frekuensi pemilihan nilai



X_i = Data

N = Jumlah responden



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), 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 bertujuan untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat diukur.

Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil yang dihasilkan dari perhitungan *Pearson Product Moment* pada tabel dengan $n =$ jumlah responden dan $\alpha = 5\%$. Kriteria utama untuk pengambilan keputusan adalah :

- 1) $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap valid
- 2) $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap tidak valid

3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), 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. Jika suatu variabel memiliki nilai $> 0,7$, maka instrumen dinyatakan *reliable*.

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



4. Regresi Berganda



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:53), tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Distribusi normal yang dimaksud adalah distribusi sebuah data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni tidak beat ke kiri ataupun ke kanan.

Uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) yang dinyatakan dalam *Asymp.Sig (2-tailed)* dengan keterangan :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Jika probabilitas $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

Jika probabilitas $\geq 0,05$, maka H_0 tidak ditolak

(2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:102), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Pertimbangan utama untuk pengambilan keputusan adalah

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.



- (1) Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolonieritas
- (2) Jika nilai VIF > 10, maka akan terjadi multikolonieritas

(3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:133), uji heteroskedastisitas adalah salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain sama, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Kriteria utama untuk mengukur heteroskedastisitas adalah :

Jika nilai sig > 5%, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Jika nilai sig < 5%, maka terjadinya heteroskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu menggunakan Uji *Glejser*, Uji *Park*, Uji *Whitre* dan Uji Heteroskedastisitas dengan melihat grafik *Scatter Plot* pada output yang ditampilkan pada SPSS.

5. Model Regresi

Menurut Ghozali (2018:96), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$Y = \beta_0 + \beta_1KP + \beta_2SA + \beta_3KH + e$$



Keterangan :

- C** = Loyalitas konsumen
 β_0 = Konstanta
 β_1 = Koefisiensi regresi variabel KP
 β_2 = Koefisiensi regresi variabel SA
 β_3 = Koefisiensi regresi variabel KH
KP = Kualitas produk
SA = *Store Atmosphere*
KH = Kesesuaian harga
 e = *error*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Uji Keberartian Model (Uji Statistik F)

Menurut Gohzali (2018:99), uji F pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh terhadap variabel terkait atau dependen. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan, dengan hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a : \text{Tidak semua } \beta_i = 0$$

Kriteria utama untuk mengambil keputusan adalah :

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.



- a. Jika nilai Sig F $\geq 0,05$, maka tidak tolak H_0 artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- a. Jika nilai Sig F $< 0,05$, maka tolak H_0 artinya model regresi tersebut dapat digunakan

7. Uji Signifikansi Koefisien (Uji Statistik T)

Menurut Ghozali (2018:97), uji T pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Hipotesis yang digunakan yaitu :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_i > 0$$

Dasar pengambil keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai Sig $\leq \alpha$ atau t hitung $\geq t$ tabel, maka tolak H_0 yang artinya variabel independen atau terikat berpengaruh terhadap variabel dependen atau bebas.
- b. Jika nilai Sig $> \alpha$ atau t hitung $< t$ tabel, maka tidak tolak H_0 yang artinya variabel independen atau terikat tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau bebas.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:98), koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat, antara 0 dan 1.

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



a. $R^2 = 0$, 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.