

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) penelitian yang langsung dilakukan di lapangan.<sup>1</sup> Dengan menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada pengetahuan, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>2</sup>

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan data yang menarik bagi peneliti dalam kerangka waktu dan konteks tertentu. populasi merupakan seluruh subjek penelitian termasuk orang, benda, hewan, tumbuhan, gejala, hasil tes atau peristiwa sebagai sumber data yang paling mewakili karakteristik yang ditentukan dalam satu penelitian. Bila bisa dikeluarkan dari populasi, akan sangat mahal serta memakan waktu, sehingga terlalu banyak penelitian. Alternatifnya adalah penelitian sering dilakukan dengan memilih responden atau sumber data yang kurang relevan tetapi mewakili populasi karena data yang dihasilkan dapat mewakili data populasi yang ada. Proses ini disebut metode sampling.<sup>3</sup> Penjelasan-penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek yang mempunyai karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan bengkel mobil X-Lopo Kudus yang dianggap loyal yang berjumlah 70 orang.

#### 2. Sampel

*Sampling* (pengambilan sampel) adalah perilaku untuk mencari beberapa unsur seadanya dari populasi, dalam

---

<sup>1</sup> Suliyanto, Metode Penelitian Bisnis: untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi (Yogyakarta: Andi, 2018), hlm 16.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 7.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 7.

penelitian atau kajian tentang sampel dan memahami sifat untuk membuat penyamarataan karakteristik unsur populasi.<sup>4</sup> Sampel ditentukan oleh peneliti dengan mempertimbangkan masalah, tujuan, hipotesis, metode serta alat penelitian, waktu, tenaga, serta biaya. Seperti dijelaskan di atas, sampel terdiri dari sumber data yang dipilih, subjek penelitian (responden), serta hasil metode pengambilan sampel (*sampling method*).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama untuk setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel. Oleh karena itu, dalam penelitian ini untuk menentukan ukuran sampel menggunakan sampel random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Maka sampel pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan bengkel mobil X-Lopo Kudus yang dianggap loyal sebanyak 70 orang.

**C. Identifikasi Variabel**

Variabel riset ialah sebuah atribut atau *value* dari objek atau kegiatan yang memiliki kombinasi spesifik yang bisa ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan dapat diambil ringkasan.

- a. **Variabel independen** yaitu variabel yang memengaruhi variabel lain. Pada riset ini variabel independennya ialah Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan.
- b. **Variabel dependen** ialah variabel yang bisa dipengaruhi variabel lain. Pada riset ini variabel dependennya ialah loyalitas pelanggan.

**D. Variabel Operasional**

Agar dapat membantu untuk memaparkan variabel pada kajian ini diperlukan definisi operasional, antara lain:

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel .	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan nilai yang diberikan konsumen pada keistimewaan atau	1. Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	a. pelayanan prima dan keramahan	Likert 1-5

<sup>4</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011), 148-149.

Variabel .	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
	manfaat dari sebuah layanan atau produk yang memungkinkannya memenuhi kebutuhan tersirat. <sup>5</sup>			
		2. Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> )	a. Keluhan pelanggan b. Permintaan pelanggan	Likert 1-5
		3. Asuransi ( <i>assurance</i> )	a. jaminan perbaikan kendaran b. jaminan pelayanan	Likert 1-5
		4. Empati ( <i>Emphaty</i> )	a. perhatian terhadap pelanggan b. kebutuhan pelanggan	Likert 1-5
		5. Bukti fisik ( <i>Tangible</i> )	Fasilitas bengkel <sup>6</sup>	Likert 1-5
Harga (X2)	Harga merupakan Nilai sebuah produk dalam arti uang yang hendaknya dikeluarkan pelanggan guna memperoleh produk yang diinginkan. <sup>7</sup>	1. keterjangkauan harga	harga terjangkau	Likert 1-5
		2. keselarasan harga dengan mutu	harga sesuai kualitas	Likert 1-5
		3. Kemampuan bersaing harga	Persaingan harga	Likert 1-5
		4. keselarasan harga dengan faedah	Hasil dari harga <sup>8</sup>	Likert 1-5
Nilai (X3)	Nilai pelanggan	1. Nilai emosional	Menilai dengan	Likert

<sup>5</sup> Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 393.

<sup>6</sup> Maulana dan Muhajirin, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aisy Cabang Bima," 374.

<sup>7</sup> Thungasal dan Siagian, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari," 2.

<sup>8</sup> Amalia dan Nst, "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Xiami Di Kota Langsa," 663.

Variabel .	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
	ialah faedah yang diharapkan konsumen dari apa yang didapatkan pelanggan	( <i>emotional value</i> )	perasaan	1-5
		2. Nilai personil ( <i>personil value</i> )	Menilai dari kemampuan dan ketelitian karyawan	Likert 1-5
		3. Nilai kualitas ( <i>performance value</i> )	Dinilai mempunyai kinerja dan fungsi yang bagus	Likert 1-5
		4. Nilai harga ( <i>price value</i> )	Terkesan memiliki efisiensi harga <sup>9</sup>	Likert 1-5
Loyalitas (Y)	Loyalitas pelanggan adalah sesuatu yang rasa setia yang terwujud pada masa yang lama dan ialah hasil dari yang didapat konsumen terhadap barang atau jasa yang sudah digunakan. <sup>10</sup>	1. pembelian ulang	Selalu menggunakan jasa tersebut	Likert 1-5
		2. kebiasaan menggunakan <i>brand</i> tersebut	Terbiasa menggunakan jasa tersebut	Likert 1-5
		3. tetap memilah <i>brand</i> tersebut	Tidak terpengaruh jasa lain	Likert 1-5
		4. Percaya jika <i>brand</i> itu yang paling baik	Tidak akan terpengaruh orang lain dengan menggunakan jasa tersebut	Likert 1-5

<sup>9</sup> Hami dkk, , “Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Vario All Variant Di Service Center Honda AHASS Sukma Motor Jalan Sigura-Gura Barat Kota Malang),” 85.

<sup>10</sup> Assauri, *Strategic Marketing*, 14-15.

Variabel .	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
		5. merekomendasikan <i>brand</i> tersebut kepada orang lain	Merekomendasikan merek atau jasa tersebut <sup>11</sup>	Likert 1-5

### E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Data primer dapat diartikan sebagai data penelitian yang diperoleh langsung dari sumbernya atau dari pihak pertama (tidak melalui perantara). Pengumpulan data dari kuesioner yang dikelola secara pribadi (*personally administered questionnaires*) merupakan penggunaan teknik untuk melengkapi tanggapan yang diajukan dan dikumpulkan langsung dari responden. Kuesioner dibagikan kepada responden dengan tujuan agar responden dapat memberikan jawaban yang relevan dengan tema sentral penilaian ini. Selain itu, kuesioner dibobot sesuai dengan kepentingan model skala Likert. Skala Likert dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>12</sup>

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

No.	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Ragu-Ragu	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu :

1. Data primer adalah data yang didapat dengan menggunakan metode langsung dari asal mulanya, data yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti langsung dari objek yang menjadi pusat penelitian. Data primer dari penelitian ini adalah metode angket atau kuesioner yang diperoleh langsung dari sumber

<sup>11</sup> Mashuri, “Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam,” 61.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 147.

atau responden yang mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti.<sup>13</sup>

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui dokumen atau publikasi atau laporan riset oleh dinas atau lembaga ataupun dari data lain yang menunjang. Dari penelitian ini data sekunder adalah dokumentasi.<sup>14</sup>

## F. Uji Validitas Dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Pengecekan validasi berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan dalam kuesioner yang perlu dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujian dilakukan dengan metode statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dengan bantuan komputer, misalnya menggunakan software SPSS.<sup>15</sup>

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dinyatakan benar pada suatu instrumen. Setelah kuesioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam pengujian belum tentu data yang terkumpul adalah data yang valid.<sup>16</sup> Jika instrumen penelitian tersebut betul maka akan menghasilkan pengukuran yang betul. Penelitian ini yang berhubungan dengan responden, maka item-item pertanyaan disusun berdasarkan kriteria yang dirujuk dari teori sehingga dapat menghasilkan instrumen yang valid maupun rasional.

Apabila instrumen tersebut sudah tersusun, kemudian disebarkan kepada kekompakan responden. Setelah itu instrumen dikembalikan maka dapat dilakukan pengujian validitas dengan statistik. Teknik statistik yang digunakan adalah korelasi.

Beberapa tahap pembuktian kebenaran secara korelasi, sebagai berikut:

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 7.

<sup>14</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 13.

<sup>15</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 166.

<sup>16</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, ( Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002) , 104.

- a. Korelasi beragam skor nomor kuesioner dengan nilai total variabelnya.
- b. Apabila skor  $r$  yang diperoleh positif, maka peluang benar.
- c. Walaupun positif, hendaknya skor hubungannya yang dihitung signifikan atau tidak. Melalui perbandingan  $r$ -hitung serta skor  $r$ -tabel. Jika  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel. Oleh karena itu, item instrumen menghasilkan signifikan.<sup>17</sup>

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Non Responden**

Variabel	Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	X1.1	0,746	0,361	Valid
	X1.2	0,719	0,361	Valid
	X1.3	0,668	0,361	Valid
	X1.4	0,725	0,361	Valid
	X1.5	0,709	0,361	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,792	0,361	Valid
	X2.2	0,830	0,361	Valid
	X2.3	0,819	0,361	Valid
	X2.4	0,696	0,361	Valid
Nilai Pelanggan (X3)	X3.1	0,869	0,361	Valid
	X3.2	0,717	0,361	Valid
	X3.3	0,824	0,361	Valid
	X3.4	0,890	0,361	Valid
Loyalitas (Y)	Y1	0,816	0,316	Valid
	Y2	0,693	0,316	Valid
	Y3	0,749	0,316	Valid
	Y4	0,821	0,316	Valid
	Y5	0,858	0,316	Valid

Sumber data Output SPSS 26 yang diolah, 2022.

Beracuan hasil yang diperoleh dari tabel 3.2 bisa diringkas sebagai berikut:

- a) Variabel Kualitas Pelayanan

Bahwa variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid. Bisa dipandang dari  $R_{hitung}$  lebih banyak daripada  $R_{tabel}$  ( $R_{hitung} > R_{tabel}$ ). Diketahui besaran  $R_{tabel}$  untuk 30 orang ialah 0,36. Dengan hasil uji validitas yang digunakan dikatakan valid.

<sup>17</sup> Azuar Juliandi dkk, , *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi* (Medan: UMSU, Press, 2014), 76-77.

## b) Variabel Harga

Dapat disimpulkan bahwa variabel harga dinyatakan benar. Bisa dipandang dari  $R_{hitung}$  lebih banyak daripada  $R_{tabel}$  ( $R_{hitung} > R_{tabel}$ ). Diketahui besaran  $R_{tabel}$  untuk 30 orang ialah 0,36. Melalui hasil uji validitas yang digunakan dikatakan valid.

## c) Variabel Nilai

Dapat disimpulkan bahwa variabel nilai pelanggan dinyatakan valid. Bisa dipandang dari  $R_{hitung}$  lebih banyak daripada  $R_{tabel}$  ( $R_{hitung} > R_{tabel}$ ). Diketahui besaran  $R_{tabel}$  untuk 30 orang ialah 0,36. Dengan hasil uji validitas yang digunakan dikatakan valid.

## d) Variabel Loyalitas Pelanggan

Dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas pelanggan dinyatakan valid. Bisa dipandang dari  $R_{hitung}$  lebih banyak daripada  $R_{tabel}$  ( $R_{hitung} > R_{tabel}$ ). Diketahui besaran  $R_{tabel}$  untuk 30 orang ialah 0,36. Dengan hasil uji validitas yang digunakan dikatakan valid.

Selanjutnya uji reliabilitas dipakai guna menakar indicator dari variabel dalam angket. Indikator dalam variabel disebut reliabilitas apabila mempunyai nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Peneliti membuktikan dengan memakai telaah SPSS 26. Hasil dari uji non responden 30 orang bisa dipandang pada tabel berikut:

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah sebuah nilai yang menampilkan konsistensi sebuah media penakar didalam mengukur gejala yang serupa. Reliabilitas memiliki nama lain antara lain misalnya keyakinan, kestabilan. Maksud dari uji reliabilitas guna memandang suatu instrumen kajian itu bisa meyakinkan atau bukan. Metode pembuktian reliabilitas melalui pemakaian *split half*, maka dipakai berikut:

- Membagi instrumen dalam dua elemen (instrumen yang urutannya ganjil atau genap)
- Menghubungkan nilai kuantitas ganjil juga nilai kuantitas genap dengan statistik korelasi produk momen ( $r$ ).
- Masukkan skor korelasi yang diperoleh ke dalam rumus *spearman brown*.

- d. Bisa diringkas, apabila skor koefisien reliabilitas (*spearman brown*)  $\geq 60$ <sup>18</sup> hasilnya reliabilitas yang terpercaya

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Minimal Cronbach Alpha	Keterangan
X1	0,780	0,60	Reliabel
X2	0,811	0,60	Reliabel
X3	0,823	0,60	Reliabel
Y	0,844	0,60	Reliabel

Sumber data output SPSS 26 yang diolah, 2022.

Beracuan hasil yang didapatkan dari tabel 3.3 dapat disimpulkan jika variabel kualitas produk dinyatakan reliabel. Dimana satu variabel dinyatakan reliabel jika mempunyai *Alpha Cronbach*  $> 0,7$ . Dengan hasil pengujian reliabilitas dinyatakan reliabel.

## G. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dipakai dalam mencari tahu apakah pada populasi dari data berdistribusi secara normal atau tidak. Pada uji ini pada umumnya digunakan untuk mengukur data bersekala ordinal, interval atau rasio. Apabila analisis yang digunakan metode parametrik, persyaratan normalitasnya wajib terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka metode alternative yang digunakan adalah statistik non parametrik. Dalam pembahasan ini digunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai *Kolmogrov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi  $> 0,05$

Keterkaitan linier antara variabel bebas dalam pola regresi. Syarat yang wajib diikuti dalam pola regresi ialah tidak terjadi multikolinearitas. Berikut ialah beberapa cara pembuktian yang bisa dipakai, yakni:

- a. Memandang skor Inflation Factor (VIF) dalam pola regresi,
- b. Membandingkan skor koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan skor determinasi secara bersamaan ( $R^2$ )
- c. Memandang skor Eigenvalue dan Condition Index.

<sup>18</sup> Azuar Juliandi dkk, , *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*, 80-81.

Secara umum, jika VIF lebih banyak dibandingkan 5, variabel tersebut bisa dinyatakan memiliki multikolinearitas relatif terhadap variabel independen lainnya.<sup>19</sup>

Untuk melihat seberapa normal residualnya, melihat grafik histogram yang membandingkan data pengamatan dengan distribusi normal. Gunakan metode yang lebih andal, yaitu lihat histogram probabilitas normal lihat histogram atau histogram normal, menyimpulkan bahwa histogram memberikan pola distribusi miring kiri (*skewness*) dan tidak normal. Selain itu, histogram normal menunjukkan bahwa titik-titik tersebar di sekitar diagonal dan searah diagonal, sehingga model regresi memenuhi asumsi standar. Sedangkan jika data menyimpang sedikit dari diagonal dan tidak menunjukkan distribusi normal, maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.<sup>20</sup>

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Maksud dari uji varian adalah untuk menunjukkan dalam model regresi bahwa terdapat perbedaan varians antara residual pengamatan pertama dan pengamatan lainnya. Jika varian antara sisa pengamatan pertama dan lainnya tetap, kita berbicara tentang varians variabel, jika berbeda, kita berbicara tentang varians variabel. Dalam model regresi yang baik, mungkin ada varians variabel atau tidak..

Penentuan kebijakan dalam pembuktian heteroskedastisitas ialah:

- a. Jika ada beragam titik yang membentuk model yang terstruktur (bergelombang, melebar, lalu menyempit), kemungkinan mengalami heteroskedastisitas
- b. Heteroskedastisitas tidak hadir apabila tidak terdapat model yang bisa dipandang dan terdapat beragam titik tersebar di bawah dan di atas angka 0 dalam sumbu Y.<sup>21</sup>

## 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linier antara variabel bebas dalam model regresi. Syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak terjadi multikolinearitas. Berikut adalah beberapa metode pengujian yang dapat digunakan, antara lain:

<sup>19</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, 71.

<sup>20</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 160-163.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

- a. Melihat skor Inflation Factor (VIF) dalam pola regresi,
- b. Membandingkan skor koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan skor determinasi secara bersamaan ( $R^2$ )
- c. Melihat skor Eigenvalue dan Condition Index.

Secara umum, apabila VIF lebih dari 5, variabel itu bisa dinyatakan memilikimultikolinearitas relatif terhadap variabel independen lainnya.<sup>22</sup>

#### 4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi ialah suatu wujud regresi dalam hubungan antara residual dalam masa  $t$  dengan residual dalam waktu sebelumnya ( $t-1$ ). Pola regresi yang baik yaitu pola regresi yang tidak terlihat persoalan autokorelasi. Uji autokorelasi menggunakan percobaan melalui penggunaan Uji *Durbin-Watson* (DW test). Uji *Durbin-Watson* bertujuan untuk menilai adanya autokorelasi yang residual. Pengambilan ketentuan terdapat tidaknya autokorelasi yaitu:

- a. Batas atas  $< Durbin-Watson < 4$ -batas atas alhasil  $H_0$  tidak ditolak, maka tidak mengakibatkan autokorelasi.
- b.  $Durbin\ Watson < \text{batas bawah}$  atau  $durbin-watson > 4$ - $durbin-watson$  alhasil  $H_0$  tidak diterima, maka hadir autokorelasi.
- c. Batas bawah  $< durbin-watson < \text{batas atas}$  atau  $4$ -batas atas  $< durbin-watson < 4$ -batas bawah, maka hasil tersebut tidak dapat disimpulkan.

Angka batas atas dan batas atas dapat dipandang dalam tabel statistik *Durbin-Watson*. Contohnya,  $n=15$ ,  $K= 3$ , yang diperoleh dari batas bawah = 0,814 dan batas atas= 1,750. Didapatkan skor 4-batas atas 2,250 dan 4-batas bawah 3,186.<sup>23</sup>

#### H. Teknik Analisis Data

PSetelah data yang dibutuhkan penulis terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics 26. Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses menyusun dan mengelola data dalam rangka menginterpretasikan data, mendekode data yang diperoleh. Analisis data digunakan untuk mengubah data menjadi informasi, yang menjadi lebih mudah

<sup>22</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, 71.

<sup>23</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, 172-173.

dipahami dan ditafsirkan. Data yang dianalisis adalah data penelitian dari studi lapangan dan studi pustaka. Setelah analisis data antara data lapangan dan dokumen maka perhitungan hasil kuisioner tetap terjaga agar hasil analisis dapat dicek dan dapat diandalkan.

### 1. Uji Linear Berganda

Pada analisis regresi berganda dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengamati keadaan variabel dependen (naik dan turun) ketika dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi (naik). Oleh karena itu, analisis regresi berganda dapat digunakan jika jumlah variabel bebas paling sedikit 2.

Dalam riset ini, memiliki total variabel independen 2, alhasil wujud persamaan regresi prediktor:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel mutu pelayanan

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel harga

b<sub>3</sub> = koefisien regresi variabel nilai

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Nilai Pelanggan

e = Error atau pengganggu<sup>24</sup>

### 2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian t bermaksud guna diketahui variabel bebas yang dapat mempunyai dampak signifikan terhadap variabel terikat. Aturan yang digunakan atas dasar signifikan, apabila < 0,05 maka H<sub>0</sub> tidak diterima, dan signifikansi > 0,05 maka H<sub>0</sub> tidak ditolak. Jika tingkat signifikansi uji-t lebih sedikit dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H<sub>0</sub> dikeluarkan.<sup>25</sup>

### 3. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Pengujian F bertujuan guna diketahui bahwa variabel bebas secara simultan berdampak signifikan pada variabel terikat. Pengujian memakai tingkat signifikansi 0,05. Ketetapan dipilih beracuan taraf signifikansi, apabila < 0,05 alhasil H<sub>0</sub>

<sup>24</sup> Masrukhin, *Statistik Inferensi: Aplikasi Program SPSS* (Kudus: Media Ilmu Press, 2008), 109.

<sup>25</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 139-142.

tidak diterima, dan apabila signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  tidak ditolak. Jika tingkat signifikansi pengujian-F lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  dikeluarkan<sup>26</sup>

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipakai supaya bisa diketahui persentase separuh yang memberikan kontribusi variabel bebas secara simultan pada variabel terikat. Koefisien ini dipakai guna melihat besarnya persentase variasi variabel independen yang dipakai bisa menguraikan variabel dependen  $R^2$  sebesar hingga 0, alhasil tidak terdapat persentase yang mendekati kontribusi terkecil terhadap dampak yang diberikan terhadap variabel bebas lebih dari variabel terikat (variabel bebas tidak dijelaskan kepada variabel terikat).

Sedangkan jika  $R^2$  ialah 1, maka persentase keikutsertaan dari dampak yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen ialah lengkap, (variabel independen menguraikan 100% dari variabel dependen).<sup>27</sup>



---

<sup>26</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, 137-138.

<sup>27</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, 66.