

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Tujuan penelitian studi kasus atau lapangan adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.¹

Penelitian ini di tunjukkan untuk memperoleh bukti empirik menguji dan menjelaskan pengaruh (*people, process, dan physical evidence*) terhadap loyalitas konsumen.

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah cara untuk memperoleh ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang di hadapi dan dilakukan secara hati-hati dan sistematis, dan data-data yang di kumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka.²

B. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan tulisan-tulisan atau catatan-catatan mengenai segala sesuatu yang didengar, dilihat, dialami dan bahkan yang dipikirkan oleh peneliti selama kegiatan pengumpulan data dan merefleksikan kegiatan tersebut. Data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya. Untuk memperoleh data primer, dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi di lapangan. Data sekunder adalah data yang bersumber

¹ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997, hal. 8.

² Toto Syatori dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2012, hal. 68.

dari penelitian orang lain yang dibuat untuk maksud yang berbeda. Data tersebut dapat berupa fakta, tabel gambar dan lain-lain.³

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder didapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri atas empat variabel, yaitu Loyalitas Konsumen sebagai variabel bebas (*independent*) sedangkan *People, Process, dan Physical Evidence* sebagai variabel terikat (*dependent*).

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan panca indra, jadi tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata. Mendengarkan, mencium, mengecap, dan meraba

³Lexy, J.Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif", PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2006, hlm. 67

termasuk salah satu bentuk dari observasi. Instrumen yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan dan lembar pengamatan.⁴

Peneliti melakukan observasi langsung pada industri UD PAS Classik di Wedarijaksa Pati.

2. **Kuesioner (angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵ Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon konsumen mengenai *people, process, dan physical evidence* terhadap loyalitas konsumen (studi pada UD PAS Classik Wedarijaksa Pati).

Data tersebut digunakan untuk olah data peneliti sebagai instrument data mentah yang kemudian diolah melalui SPSS. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert. Sedangkan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1).⁶

3. **Dokumentasi**

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan peneliti.⁷ Peneliti menggunakan metode ini untuk mendapatkan informasi dan data tentang kondisi atau gambaran umum tentang *people, process,*

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 1999, hlm. 139

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 1999, hlm. 199

⁶Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2002, hlm. 13

⁷ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2002, hlm. 31

dan *physical evidence* pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen.

D. Tahap Pengolahan Data

Setelah data terkumpul dari pengumpulan data, maka perlu segera diolah oleh peneliti. Adapun dalam pekerjaan analisis penelitian ini, penulis melakukan tiga tahap, diantaranya:

1. Tahap persiapan : Kegiatan dalam tahap persiapan ini diantaranya.⁸
 - a. Mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi.
 - b. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembaran instrument barang kali ada yang terlepas atau sobek).
 - c. Mengecek macam isian data. Jika di dalam instrumen termuat sebuah atau beberapa item yang “tidak tahu” atau isian lain bukan yang dikehendaki peneliti, padahal isian yang diharapkan tersebut merupakan variabel pokok, maka item ini perlu didrop.
2. Tahap tabulasi

G.E.R Burroughas mengemukakan bahwa: klasifikasi analisis data meliputi tabulasi data (*the tabulation of the data*), penyimpanan data (*the summarizing of the data*), analisis data untuk tujuan testing hipotesis, analisis data untuk tujuan penarikan kesimpulan.⁹ Adapun kegiatan dalam tabulasi ini adalah memberikan skor (*scoring*) terhadap item tiap-tiap soal, dalam menganalisis data yang berasal dari angket bergradasi atau berperingkat 1 sampai 5, peneliti menyimpulkan makna setiap alternatif sebagai berikut :

- 1) “Sangat Setuju”, menunjukkan gradasi paling tinggi. Untuk kondisi tersebut diberi skor 5.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 278.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 279

- 2) “Setuju”, menunjukkan peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan yang ditambah kata “sangat”. Oleh itu kondisi tersebut diberiskor 4.
 - 3) “Netral”, menunjukkan peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan “setuju” maka diberi skor 3
 - 4) “Tidak setuju” menunjukkan peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan “Netral” maka diberi skor 2.
 - 5) “Sangat tidak setuju”, yang berada di gradasi paling bawah, diberiskor 1.
2. Penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian.
- Maksud tahap ini adalah pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus-rumus atau aturan-aturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian atau desain penelitian yang diambil.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁰ Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli di UD PAS Classik Wedarijaksa Pati sebanyak 4117 konsumen. Jumlah populasi cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel) sebagai representasi populasi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 1999, hlm. 115

peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.¹¹

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *probability sampling* yaitu tehnik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.¹² Untuk mengetahui seberapa banyak sampel minimal yang mewakili populasi dari konsumen UD PAS Classik maka menggunakan pendapat Slovin. Berdasarkan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel.¹³

Dengan menggunakan tingkat error (e) sebesar 10 % maka diperoleh jumlah sampel sebanyak :

$$\begin{aligned} n &= \frac{4117}{1+4117 (0,1)^2} \\ &= \frac{4117}{1 + 4117 (0,01)} \\ &= \frac{4117}{42,17} \\ &= 97,62 \end{aligned}$$

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 116

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 118-120

¹³Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Andi, Yogyakarta, 2006, hlm. 100

Dari jumlah data penyebaran kuesioner ke konsumen sebanyak 100 lembar dan data yang bisa di olah hanya 98 lembar. Maka dengan demikian, dari jumlah populasi 4117 diperoleh ukuran sampel sebesar 97,62 sampel penelitian. Dari hasil tersebut, maka dibulatkan menjadi 98 responden.

F. Tata Variabel Penelitian

Variabel adalah batasan atas masalah-masalah variabel yang dijadikan pedoman didalam sebuah penelitian, sehingga akan lebih mudah dalam memahami dan menafsirkan teori-teori yang berhubungan dengan apa yang sedang diteliti, yaitu :

1. *People* (X_1)

People merupakan orang yang memberi persepsi kepada konsumen lain tentang kualitas jasa yang pernah di belinya di perusahaan, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap proses pembelian jasa yang bersangkutan.¹⁴

2. *Process* (X_2)

Process adalah rangkaian kegiatan yang dilalui oleh konsumen dalam mengonsumsi jasa. Pengelola jasa menghadapi tantangan bagaimana menciptakan setiap tahapan jasa yang diberikan berjalan baik.¹⁵

3. *Physical Evidence* (X_3)

Physical Evidence adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen.¹⁶

4. Loyalitas Konsumen (Y)

Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut secara berulang-ulang,

¹⁴JuniPriansa, "*Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*", CV Alfabeta, Bandung, 2017, hlm. 37

¹⁵AriSetyaningrum, Dkk., 2015. "*Prinsip-prinsip Pemasaran*", Andi Yogyakarta, Yogyakarta, 2015, hlm. 304

¹⁶Rambat, Lupiyando, 2001. "*Manajemen Pemasaran Jasa*", Salemba Empat Pertama, Jakarta, 2001, hlm. 71

kemudian pelanggan tersebut akan menyampaikan dan merekomendasikan kepada orang lain atas produk atau jasa yang telah diterimanya. Pada akhirnya pelanggan akan setia kepada produk atau jasa tersebut serta menolak produk atau jasa sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan yang berbeda.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti dari membenarkan kegiatan atau suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Berdasarkan kerangka teori dan kerangka berpikir sebelumnya, maka definisi operasional variabel yang berfungsi untuk kesamaan dan kesesuaian dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Tabel Definisi Operasional

| Variabel | Definisi Operasional | Dimensi | Indikator Variabel | Skala |
|---------------------------------|--|--|--|--------|
| <i>People</i> (X ₁) | Merupakan langkah dini dalam upaya menyiapkan perekrutan tenaga kerja atau sumber daya manusia sehingga dapat di ketahui data-data yang lengkap mengenai kualifikasi minimal akan kebutuhan pegawai serta berguna untuk menentukan | <ol style="list-style-type: none"> Sikap dan tindakan karyawan Penampilan karyawan | <ul style="list-style-type: none"> Sedia dan siap Kecepatan pelayanan Simpatik dan ramah dalam pelayanan Sopan dan sabar Berpenampilan rapi dan bersih. | Likert |

| | | | | |
|-------------------------------------|---|--|---|--------|
| | kualifikasi minimal baik mencakup keahlian atau kecakapan orang yang akan bertugas melakukan pegawai tersebut. | | | |
| Process (X ₂) | Merupakan salah satu perangkat kerja yang sangat potensial dalam upaya meningkatkan nilai-nilai kepuasan konsumen yang akan dapat meningkatkan keuntungan, pertumbuhan bisnis, dan keberlangsungan daur hidup bisnis korporasi atau perusahaan itu sendiri. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk Pelayanan 2. Prosedur Pelayanan | <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas jasa konsultasi gratis • Pengiriman produk • Kecepatan pembayaran • Prosedur pelayanan yang terstandarisasi • Kejelasan batas waktu | Likert |
| Physical Evidence (X ₃) | Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang di tawarkan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan Fisik | <ul style="list-style-type: none"> • Kelengkapan Produk • Peralatan • Bentuk kemasan • Rasa • Parkir yang luas • Desain dan tata ruang | Likert |

| | | | | |
|------------------------|--|------------------------|---|--------|
| | | | yang menarik | |
| Loyalitas Konsumen (Y) | Suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak pada pembelian yang pernah dilakukan oleh pembeli terhadap suatu produk yang sama, dan akan membeli lagi untuk kedua atau ketiga kali dan seterusnya. | 1. Konsumen yang loyal | <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelian ulang produk/jasa secara teratur • Membeli antar bagian produk atau jasa • Mereferensikan kepada orang lain • Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari produk lain. | Likert |

Sumber: Penulis (2020)

H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner namun untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* $(df)=n-k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Jika r hitung (untuk r tiap butir data dilihat pada kolom *Corrected*

Item-Total Correlation) lebih besar dari r table dan nilai r positif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.¹⁷

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat test (instrumen). Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian / test instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. *Rules of thumb* menyarankan bahwa nilai *cronbach's alpha* harus lebih besar atau sama dengan 0,60. Jika nilai *item total correlation* yang kurang dari 0,60, item tersebut dapat dipertahankan jika bila di eliminasi justru menurunkan *cronbach's alpha*.

I. Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Sebelum digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, terlebih dahulu model regresi yang diperoleh dilakukan uji normalitas data dan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal. Caranya adalah dengan normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Dalam penelitian ini uji normalitas diuji dengan menggunakan uji statistik kolmogorov *Smirnov*. Uji *kolmogorov smirnov* adalah salah satu uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas sebuah data selain menggunakan analisis grafik. Pengambilan keputusan uji *kolmogorov smirnov* dikatakan data terdistribusi normal

¹⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, UNDIP Press, Semarang, 2011, hal. 116.

jika nilai signifikansi yang diperoleh dari output SPSS kolom *one sample kolmogorov smirnov test* diatas 0,05.¹⁸

2. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain.¹⁹Uji glejser merupakan salah satu uji yang digunakan untuk menguji heterokedastisitas data selain menggunakan grafik. Kaidah pengambilan keputusan uji heterokedastisitas adalah jika terbukti bahwa tidak terdapat heterokedastisitas antara variabel independen dengan variabel dependen, yaitu jika nilai signifikansi menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai $Tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 .²⁰

Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari

¹⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, UNDIP Press, Semarang, 2011, hlm. 115.

¹⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, UNDIP Press, Semarang, 2011, hlm. 105.

²⁰Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial*, Media Ilmu Press, Kudus, 2010, hal. 123-125.

0,10 dan atau nilai *variance inflation factor* (VIF) dibawah angka 10.

4. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

Tabel 3.2
Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

| Hipotesis Nol | Keputusan | Syarat |
|--|---------------------|-----------------------|
| Tidak ada autorekolasi positif | Tolak | $0 < d < dl$ |
| Tidak ada autorekolasi positi | Tidak ada keputusan | $dl < d < du$ |
| Tidak ada autorekolasi negatif | Tolak | $4 - dl < d < 4$ |
| Tidak ada autorekolasi negatif | Tidak ada keputusan | $4 - du < d < 4 - di$ |
| Tidak ada autorekolasi positif/negatif | Terima | $Du < d < 4 - du$ |

Sehingga sebuah penelitian yang baik dikatakan lulus uji autokorelasi jika tidak ada autokorelasi postif atau negatif pada penelitian tersebut. Dengan kaidah pengambilan keputusan jika nilai output SPSS pada kolom durbin watson diantara *degree of upper* (du) dan dibawah $4 - du$ dengan ketentuan pengambilan nilai tabel *durbin watson* untuk baris $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel bebas.

J. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Menurut Ghozali, analisis deskriptif merupakan transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi data responden yang diperoleh dari kuesioner serta penjelasannya sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Statistik deskriptif digunakan sebagai teknik analisis deskriptif yang memberikan informasi deskriptif dari sekelompok data seperti frekuensi, *mean*,

minimum, maksimum, dan standar deviasi.²¹Dalam penelitian ini analisis deskriptif terdiri dari dua bagian yaitu, analisis deskriptif responden dan analisis deskriptif variabel penelitian.

Menurut Ghozali, statistik deskriptif variabel memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness*(kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini analisis deskriptif variabel hanya menggunakan *mean*, standar deviasi, maksimum, minimum, dan frekuensi sebagai pengukuran deskriptif dari masing-masing variabel penelitian. Analisis deskriptif ini digunakan untuk mempermudah pemahaman mengenai pengukuran indikator-indikator yang digunakan dalam setiap variabel yang digunakan.

2. Analisis regresi Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel independen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Untuk menguji hepotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel *people*, *process*, *physical evidence* terhadap loyalitas konsumen.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Loyalitas Konsumen

a : Konstanta

X₁ : *People*

X₂ : *Process*

X₃ : *Physical Evidence*

b₁ : Koefisien regresi variabel *people*

b₂ : Koefisien regresi variabel *process*

²¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, UNDIP Press, Semarang, 2011, hal. 36.

- b_3 : Koefisien regresi variabel *physical evidence*
 e : pengganggu (eror)²²

3. Uji Statistik t

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk menguji hipotesis dalam satu sampel, apakah satu nilai yang merupakan hipotesis yang kita ajukan berbeda secara nyata dengan nilai rata-rata dalam sebuah sampel. Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
 - b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.²³
- ### 4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.²⁴

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 1999, hlm. 210-211

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 1999, hlm. 187

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 1999, hlm. 97-99