

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam suatu penelitian seorang peneliti harus menggunakan jenis penelitian yang tepat. Hal ini dimaksud agar peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi serta langkah-langkah yang digunakan dalam mengatasi masalah tersebut.

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan beserta pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penilaian dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan.¹

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan juga sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.² Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Berdasarkan tempat dilaksanakannya penelitian, maka peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan. Pengertian dari penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara terjun langsung di lapangan atau tempat kerja agar dapat mengetahui kehidupan yang sebenarnya dari objek yang diteliti.³

Peneliti menggunakan metode kuantitatif selama proses penelitian. Metode tersebut berkaitan dengan angka yang selanjutnya dilakukan dengan menggunakan data statistik untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan/hipotesis guna mengetahui

¹ Supaat dkk, *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*, (Kudus : Pusat Penjaminan Mutu (PPM) IAIN Kudus, 2018)

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal.8

³ Wachyu Hidayat Riyanto dan Ahmad Mohyi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 18.

apakah ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya.⁴

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kudus Semester 1 s/d 6. Waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada semester genap 2022. Dikarenakan penelitian dilakukan dalam waktu semester genap, secara otomatis mahasiswa yang dapat diteliti yaitu Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus semester 2, 4, 6, dan 8. Sehingga mahasiswa yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 4 semester.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Secara etimologi populasi adalah sekelompok orang, benda, atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel, suatu kumpulan yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.⁵ Dikatakan juga bahwa populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu.⁶

Dengan kata lain, singkatan populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang akan hendak diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Semester 2 sampai 8 IAIN Kudus. Dikarenakan sekarang ini merupakan semester genap, maka secara otomatis yang dapat dihitung yaitu hanya pada semester genap saja. Sehingga, untuk populasi maka bersumber dari 4 semester, yaitu semester 2, 4, 6 dan 8.

⁴ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Stain Kudus, 2009), 7.

⁵ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal 898.

⁶ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal 84.

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah
Semester 2, 4, 6, dan 8

No.	Keterangan	Jumlah Mahasiswa
1	Semester 2	135
2	Semester 4	131
3	Semester 6	223
4	Semester 8	213
Jumlah		702

Sumber: Data Akademik Prodi Ekonomi Syaria'ah Maret 2022

2. Sampel

Sampel adalah salah satu contoh yang diambil dari populasi, menurut Iqbal Hasan sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu.⁷ Atau sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit dari pada jumlah populasinya).

Dari pengertian sampel di atas didapat bahwa sampel merupakan bagian terkecil dari populasi yang akan digunakan sebagai objek penelitian. Penelitian terhadap responden hanya dapat dilakukan dalam ruang lingkup sampel dalam skala kecil dikarenakan berbagai keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti untuk melakukan penelitian secara lebih luas.

Bentuk dalam pengambilan sampel yang digunakan peneliti yaitu nonprobability sampling. Nonprobability sampling adalah bentuk pengambilan sampel yang diperlakukan untuk elemen populasinya tidak setiap anggota populasi menjadi sampel penelitian.⁸ Sedangkan jenis *sampling non probability* yang dilakukan peneliti yaitu memakai teknik *voluntary sampling*. Teknik *voluntary sampling* adalah sebuah teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kerelaan untuk berpartisipasi

⁷ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2002), hal. 82

⁸ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2014), 52

dalam penelitian. Dalam teknik ini paling umum digunakan dalam jajak pendapat.⁹

Dalam pengambilan atau penentuan jumlah sampel terdapat banyak cara dan rumus (formula). Peneliti memilih menggunakan formula yang dikembangkan Taro Yamane pada tahun 1973. Formula tersebut dikenal dengan formula Solvin. Rumusnya yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N^2 e^2} \quad \text{atau} \quad n = N / (1 + (N (e)^2))$$

Keterangan:

N = populasi sejumlah 702 orang

e = error margin/kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi sebesar 10%

n = jumlah sampel.¹⁰

$$\begin{aligned} n &= N / (1 + (N (e)^2)) \\ &= 702 / (1 + (702 (0,1)^2)) \\ &= 702 / (1 + (702 (0,01)) \\ &= 702 / (1 + 7,02) \\ &= 702 / 8,02 \\ &= 87,53 \end{aligned}$$

Menurut perhitungan di atas, maka sampel penelitian dengan tingkat toleransi kesalahan 10% sebesar 87,53 dan peneliti membulatkan menjadi 88 responden.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel

Variabel merupakan suatu karakter, sifat, symbol, ciri, maupun lambang yang dapat dipelajari dan dapat dibedakan serta memiliki variasi nilai.¹¹ Jadi segala sesuatu yang di dalamnya terdapat perbedaan nilai maka bisa dijadikan

⁹ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2014), 58.

¹⁰ Etta mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset), 143.

¹¹ Azuar Juliandi, dkk, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Medan: Media Inn, 2013), 24.

sebagai variabel penelitian. Peneliti menggunakan beberapa variabel yaitu tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel dapat dibedakan dalam berbagai bentuk, yaitu:

a. Variabel Independent (Variabel Bebas)

Variabel Independent adalah suatu variabel yang apabila dalam suatu waktu berada bersamaan dengan variabel lain, maka (diduga) akan dapat berubah dalam keragamannya. Variabel Independent ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini peneliti memilih tiga variabel independent yaitu :

1. Kepercayaan (X1)
2. Promosi (X2)
3. Kualitas pelayanan (X3)

b. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel terikat adalah salah satu variabel yang dapat berubah karena pengaruh dari variabel bebas. Variabel dependen biasanya menjadi perhatian utama dari para peneliti karena variabel tersebut bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang dinamakan variabel bebas.¹² Dalam penelitian ini peneliti hanya memilih satu variabel terikat yaitu Loyalitas Konsumen (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel disini bukanlah pengertian tentang teoritis seperti yang disajikan pada bab teori. Tetapi definisi operasional disini menjelaskan mengenai operasional dari masing-masing variabel. Operasional ini bisa berupa pengujian ataupun pengukuran melalui tolak ukur, indikator ataupun alat uji agar bisa menentukan kuantitas/kualitas suatu variabel.¹³

Berikut ini merupakan definisi operasional beserta indikator-indikator variabel dalam penelitian ini yaitu:

¹² Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2014), 22.

¹³ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2014), 113.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Referensi
Kepercayaan (X1)	Keyakinan suatu pihak pada realibilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan. 2. Kejujuran. 3. Kepedulian. 4. Kredibilitas 	Rizki Yudhi Dewantara “Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual beli Online” <i>Jurnal Administrasi Bisnis, No. 1 (2017): 8.</i> ¹⁴
Promosi (X2)	Suatu elemen bauran pemasaran yang terfokuskan pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Advertising 2. Sales Promotion 3. Public Relations 4. Personal Selling. 5. Direct Marketing 	Marceline Livia Hadynata “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack” <i>Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, No. 1 (2016):87</i> ¹⁵
Kualitas Pelayanan (X3)	Kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti Fisik. 2. Keandalan. 3. Daya Tanggap. 4. Jaminan. 	Ni Made Arie Sulistyawati “Pengaruh Kualitas

¹⁴ Rizki Yudhi Dewantara, “Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual beli Online”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, (2017)

¹⁵ Marceline Livia Hadynata “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, (2016)

	pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya	5. Empati	Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar” <i>Jurnal Manajemen Unud, No. 8 (2015): 2318</i> ¹⁶
Loyalitas Konsumen (Y)	Wujud kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa dengan terus menerus, karena memiliki kepuasan yang tinggi terhadap produk atau jasa tersebut	1. Purchase Intention 2. Word of Mouth 3. Price Sensivity 4. Complaining behavior	Shandy Wijoyo “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya” <i>Jurnal Manajemen Pemasaran, No. 1 (2014): 9</i> ¹⁷

¹⁶ Ni Made Arie Sulistyawati “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar”*Jurnal Manajemen Unud*, (2015)

¹⁷ Shandy Wijoyo “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, No. 1 (2014)

E. Teknik Pengumpulan Data

Berikut merupakan teknik yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini, yaitu :

1. Metode Angket

Metode angket (Kuesioner) adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh para responden. Angket merupakan kumpulan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang diri pribadi atau hal-hal yang ia ketahui. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, tanpa merasa khawatir bila responden memberi jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Selain itu responden mengetahui informasi tertentu yang diminta.¹⁸ Dalam metode angket ini peneliti menggunakan jenis angket tertutup dimana responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang atau tanda checklist yang sudah disediakan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan skala likert untuk sebagai pengukuran data kuantitatif baik berupa tanggapan positif dan negatif. Lebih spesifiknya hasil pengukuran data-data tersebut akan menghasilkan fenomena yang disebut variabel penelitian. Jadi jika ditarik kesimpulan, skala likert adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengamati dan mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok mengenai proses atau fenomena sosial.

Di dalam skala likert ini, maka pilihan jawaban yang disediakan peneliti berupa pilihan jawaban mulai dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju. Pilihan jawaban yang dimaksud diantaranya:

- a. Sangat tidak setuju memiliki poin sebesar 1
- b. Tidak setuju memiliki poin sebesar 2
- c. Netral/Ragu-ragu memiliki poin sebesar 3
- d. Setuju memiliki poin sebesar 4, dan
- e. Sangat setuju memiliki poin sebesar 5

¹⁸ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2014), 69.

Skala likert ini dapat disajikan melalui offline ataupun online. Secara online berarti dengan mencetak daftar pertanyaan lalu disebarikan kepada para responden. Sedangkan secara online dapat dilakukan dengan menggunakan google form. Daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut dapat dibuat dalam bentuk pilihan ganda, isi ataupun tabel ceklis.¹⁹ Mengenai penjas di atas dapat disimpulkan bahwa peneliti memilih menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan data.²⁰

2. Studi Pustaka

Selain kuesioner, disini peneliti juga menambahkan studi pustaka sebagai salah satu cara untuk mengumpulkan data dengan mengambil data dari hasil penelitian terdahulu. Data tersebut bisa berasal dari jurnal, buku ataupun artikel yang sejenis dengan penelitian saat ini.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam suatu pengukuran kevalidan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Jika hasil dari instrumennya valid berarti hasil pengukuran bisa diperkirakan akan valid juga. Disini peneliti menyusun sendiri pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pendapat responde. Item pertanyaan disusun sesuai dengan indikator variabel. Selanjutnya peneliti menyebarkan kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Setelah para responden selesai menjawab pertanyaan, maka lembar kuesioner dapat dikembalikan kepada peneliti agar dapat diuji kevalidannya.²¹

2. Uji Realibilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 132-133.

²⁰ Sirilius Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 28.

²¹ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2014), 77.

variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu jawaban bisa dikatakan reliabel jika mempunyai tingkat konsistensi yang baik. Konsistensi yang dimaksud baik adalah hasil dari kuesioner tersebut tidak berubah walaupun dengan situasi yang berbeda. Dalam penelitian kuantitatif penilaian reliabilitas menganut pada standarisasi alat ukur yang dipakai.²²

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan agar peneliti dapat mengetahui apakah variabel-variabel di dalam model regresi berdistribusi normal atau justru sebaliknya. Pedoman dalam pengambilan keputusannya adalah ketika nilai $L_{hitung} > L_{tabel}$ maka H_0 di tolak, sedangkan jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka H_0 diterima.²³ Sedangkan untuk menguji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov caranya sebagai berikut:

- a. Analyze
- b. Nonparametric test
- c. 1 Sample K-S
- d. Pindahkan kolom variabel, pilih variabel yang akan diuji
- e. Ceklis normal
- f. Klik Ok

Untuk mengetahui normal atau tidaknya, maka dapat dilihat dari probabilitasnya. Dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai dari kolmogorov smirnov signifikan ($Asymp. Sg (2-tailed) > \alpha 0,05$).²⁴ Hasil penelitian yang baik yaitu setelah diuji normalitasnya, maka hasilnya normal.

2. Uji Multikolinieritas

Dilakukannya uji multikolinieritas ini untuk menguji apakah variabel bebas (independent) di dalam model regresi memiliki korelasi yang kuat ataukah tidak. Untuk

²² Nurlina, dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 91.

²³ Murwani, *Statistik Inferensial Terapan Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Malang: UIN Malang, 2001), 20.

²⁴ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2014), 161.

menilainya dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflasi Factor*) yang tidak melebihi 4 atau 5.²⁵ Jadi jika variabel bebas (variabel independen) yaitu ROE dan ROA tidak melebihi batas yang sudah ditentukan yaitu 5, maka sudah bisa dikatakan bahwa dalam penelitian tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas. Hasil penelitian yang baik yaitu jika setelah diuji multikolinearitasnya maka tidak terjadi multikolinearitas.²⁶

3. Uji Heterokedastisitas

Peneliti melakukan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan residual varians pada model regresi. Data terjadi heteroskedastisitas ketika residual varians dari pengamatan ke pengamatan lain nilainya berbeda. Sebaliknya jika nilainya tetap pada residual varians dari pengamatan ke pengamatan lain maka data penelitian dikatakan aman dan bebas dari masalah heteroskedastisitas. Data yang nilainya tetap itu disebut sebagai homokedastisitas. Peneliti berharap dalam penelitian ini tidak terjadi masalah gejala heteroskedastisitas.²⁷

Untuk mengetahui terjadi heterokedastisitas atau tidak, maka dengan melihat pola atau titik-titik yang terdapat dalam hasil uji Scatterplot. Jika titik-titiknya membentuk pola yang teratur maka terjadi heterokedastisitas, sedangkan ketika pada hasil uji scatterplot terdapat titik-titik yang membentuk pola tidak teratur atau menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.²⁸ Ada cara lain untuk mengujinya, yaitu dengan cara uji Glejser. Cara melakukan uji glejser yaitu dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual. Untuk mengetahui terjadi gejala heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *coefficients*. Jika nilai signifikansi

²⁵ Hines dan Montgomery, *Probabilitas dan Statistik dalam Ilmu Rekayasa dan Manajemen*, (Jakarta: UI Pers, 1990).

²⁶ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2014), 161.

²⁷ Arief dan Sritua, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 1993).

²⁸ Santoso dan Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2000).

kurang dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka aman dan bebas dari gejala heteroskedastisitas.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan interpretasi data-data yang sudah didapatkan selama penelitian dan selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan informasi yang baru. Teknik analisis data juga masih merupakan proses dalam penelitian.²⁹ Peneliti menggunakan teknik analisis data kuantitatif sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis data yang bertujuan untuk mendeskripsikan data-data yang sudah didapatkan di lapangan dan tidak ada tujuan untuk mencari kesimpulan yang luas.³⁰

2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial bertujuan untuk menganalisis sampel yang sudah diteliti dan hasilnya nanti akan diterapkan pada populasi.³¹ Selain analisis deskriptif, peneliti juga menggunakan analisis inferensial diantaranya:

a. Uji Parsial (uji t)

Dalam uji t bertujuan untuk menguji apakah variabel independen (X1, X2, X3) secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Y). Hasil t dapat dilihat dari *output coefficients* pada analisis regresi linear berganda.³² Jadi peneliti akan menguji apakah variabel kepercayaan, promosi dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau tidak. Dalam melaksanakan uji t dapat menggunakan rumus hipotesis, yaitu sebagai berikut:

1) Hipotesis 1

Ho1 : tidak terdapat pengaruh dari kepercayaan terhadap loyalitas konsumen

²⁹ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2014), 91.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 206.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 208.

³² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 66.

Ha1 : terdapat pengaruh dari kepercayaan terhadap loyalitas konsumen

2) Hipotesis 2

Ho2 : tidak terdapat pengaruh dari promosi terhadap loyalitas konsumen

Ha2 : terdapat pengaruh dari promosi terhadap loyalitas konsumen

3) Hipotesis 3

Ho3 : tidak terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen

Ha3 : terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen

Kesimpulannya adalah:

1) Menggunakan taraf signifikan 0,05

➢ Jika Sig > 0,05 berarti Ho diterima dan Ha ditolak

➢ Jika Sig < 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima

2) Menggunakan t hitung dan t tabel

➢ Jika t hitung > t table berarti Ho ditolak dan Ha diterima

Jika t hitung < t table berarti Ho diterima dan Ha ditolak³³

b. Uji Statistic F (Uji Signifikan Simultan)

Uji simultan dilakukan untuk menguji signifikan seberapa besar variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jadi peneliti akan menguji seberapa besar variabel independen (X1, X2 dan X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Hampir sama dengan uji t, uji F ini bisa dikerjakan dengan menggunakan rumus Ho dan Ha, caranya sebagai berikut:

Ho : tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kepercayaan, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Ha : terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kepercayaan, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

³³ V. Wiratma Sujawerni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 161-162.

Kesimpulannya sebagai berikut:

- 1) Menggunakan taraf signifikan 0,05
 - Jika Sig > 0,05 berarti Ho diterima dan Ha ditolak
 - Jika Sig < 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima
- 2) Menggunakan F hitung dan F tabel
 - Jika F hitung > F tabel berarti Ho ditolak dan Ha diterima
 - Jika F hitung < F tabel berarti Ho diterima dan Ha ditolak

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear dilakukan untuk menganalisis hubungan linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel bebas berkorelasi positif atau negatif.³⁴ Dalam analisis regresi linear berganda dapat menggunakan rumus;

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

Keterangan:

- 1) Tanda a artinya konstanta
- 2) Tanda b1 artinya koefisien regresi kepercayaan
- 3) Tanda b2 artinya koefisien regresi promosi
- 4) Tanda b3 artinya koefisien regresi kualitas pelayanan
- 5) Tanda X1 artinya kepercayaan
- 6) Tanda X2 artinya promosi
- 7) Tanda X3 artinya kualitas pelayanan
- 8) Tanda Y artinya loyalitas konsumen

Sebenarnya untuk melihat keakuratan fungsi regresi sampel dan mengestimasi nilai bisa menggunakan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).³⁵

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji statistik koefisien determinasi perlu dilakukan oleh peneliti untuk menguji prosentasi sumbangan seberapa besar pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Jika nilai

³⁴Dwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2002), 761.

³⁵V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 160.

koefisien determinasi sama dengan nol artinya tidak ada prosentasi sumbangan yang diberikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika koefisien determinasi (R^2) sama dengan satu artinya sempurna antara prosentasi sumbangan yang diberikan dari variabel independen terhadap variabel dependen atau variabel independen memiliki kemampuan 100% dalam menjelaskan variasi variabel dependen. hasil analisisnya bisa dilihat pada hasil uji SPSS tabel Model Summary.³⁶



³⁶ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 68.