

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

1. Jenis penelitian

Menurut Sugiyono (2010:5) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dan kegiatan tertentu. Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa metode penelitian merupakan cara utama dalam melakukan proses pengumpulan dan analisis data secara sistematis analogis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2006:15), penelitian menurut eksplansinya atau tingkat kejelasannya dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu :

- a) Penelitian Deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.
- b) Penelitian Komparatif, yaitu suatu penelitian yang bersifat membandingkan. Disini variabelnya masih sama dengan variabel mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu, atau dalam waktu yang berbeda.
- c) Peneliatian Asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif, karena penelitian ini dapat suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Dalam penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif, dimana data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan.

2. Desain penelitian

Menurut Husein Umar (2000:100) macam-macam desain penelitian yaitu eksploratori, deskriptif dan kausal.

- a. Eksploratori adalah penelitian dengan desain penjajakan akan berguna bila para peneliti belum mempunyai gambaran yang jelas mengenai masalah yang akan dihadapi dalam penelitiannya.
- b. Deskriptif adalah penelitian dengan desain deskriptif yang paling sederhana menyangkut suatu pertanyaan atau hipotesis *univariate* dimana menanyakan suatu hal atau menyatakan suatu hal mengenai variabel. Penelitian akan lebih menarik pada pencarian hubungan-hubungan *bivariate* dan *multivariate*.
- c. Kausal adalah penelitian dengan desain kausal berguna untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Desain penelitian yang digunakan adalah kombinasi antara deskriptif dan kausal. Dimana desain deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan hasil pengolahan dan analisis dari tiap-tiap variabel penelitian sedangkan desain kausal digunakan untuk mengukur kuat hubungan dan pengaruh antar variabel dalam penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Pasar Bunder Sragen. Penelitian direncanakan akan berlangsung dari bulan Maret 2015 sampai dengan selesai.

C. Populasi, Sampel, dan Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:115) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Pasar Bunder.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:116) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sedangkan menurut

Arikunto (2006:130) “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi”. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel 100 Responden.

3. Sampling

Menurut Sugiyono (2010:116) “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Ada dua cara yang dapat dilakukan dalam pengambilan sampel, yaitu :

a) Random Sampling

Adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.

b) Non Random Sampling

Adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini sampling yang digunakan adalah *accidental* sampling yaitu pengambilan sampel dengan jalan mengambil individu siapa saja yang dapat dijangkau atau ditemui.

D. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2010:58), “variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut”. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Menurut Sugiyono (2010:59) “Variabel bebas merupakan variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

Pelayanan (X_1) adalah kegiatan yang menitik beratkan pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan

ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen.

Keragaman barang (X_2) adalah ragam produk yang disediakan oleh pengecer, karena dengan adanya macam-macam produk yang akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli macam produk sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Menurut Sugiyono (2006:33) “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat pada penelitian ini adalah :

Loyalitas konsumen (Y) adalah loyalitas konsumen merupakan sikap kesetiaan seseorang terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu, sikap menentukan pilihan tersebut juga untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut baik berupa barang maupun berupa jasa tertentu.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

a) Angket

Menurut Arikunto (2006:151), “Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau tentang hal-hal yang ia ketahui”. Menurut Arikunto (2006:152) angket dibedakan menjadi dua jenis yaitu :

- 1) Angket terbuka, yang memberi kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri.
- 2) Angket tertutup, yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.

Dalam penelitian ini angket yang digunakan adalah jenis angket tertutup karena pertanyaan dan pernyataan sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih atau memberi tanda jawaban yang

dianggap paling benar. Daftar pertanyaan dan pernyataan yang disediakan mengenai pelayanan, keragaman barang dan loyalitas konsumen. Penyusunan angket berpedoman terhadap skala likert. Menurut Sugioyono (2005:107) “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan menyatakan setuju dan ketidak setujuan terhadap subyek, obyek atau kejadian tertentu”.

b) Dokumentasi

Menurut Arikunto (2007:158) “Dokumentasi adalah mencari data atau variabel yang berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, raport, agenda dan sebagainya”.

2. Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2006:17) “Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan lebih baik dalam arti yang lebih cermat, lengkap dan sistematis yang mudah diolah”. Variasi jenis instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan tidak valid.

a. Pedoman Angket

1) Pembuatan kisi-kisi angket

Sebelum dilakukan penyusunan angket tertulis dibuat dahulu konsep-konsep yang berupa kisi-kisi angket yang disusun dalam suatu tabel, kemudian dijabarkan dalam aspek dan indikator yang sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dicapai. Dari aspek dan indikator tersebut dan kemudian dijadikan landasan penyusunan dan kisi-kisi angket .

Tabel 3.1 Kisi-kisi Angket

No	Variabel	Indikator	Deskriptor	Butir Soal
1.	Pelayanan (X ₁)	Keandalan	1) Pasar bunder dengan slogannya yaitu "Pasare resik rejekine apik" dapat diaplikasikan secara baik.	1
		Daya Tanggap	2) Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan.	2
			3) Kemampuan pedagang dalam membantu dan merespon permintaan konsumen.	3
		Kepastian	4) Pemahaman pedagang terhadap barang yang dijual baik dalam segi penempatan barang maupun kondisi barangnya.	4
		Empati	5) Keadilan dan kejujuran dalam pelayanan.	5
			6) Memahami keinginan konsumen.	6
		Berwujud	7) Kenyamanan lokasi	7
			8) Kemudahan dalam mencari barang.	8
			9) Kemudahan dalam tempat parkir	9
			10) Pedagang yang berpenampilan menarik	10
			11) Pedagang sigap dalam memberikan pelayanan	11
			12) Pedagang sopan santun dalam memberikan pelayanan	12
			13) Jalinan komunikasi yang baik antara pedagang dengan konsumen.	13
2.	Keragaman barang (X ₂)	Kelengkapan barang	1) Barang Pasar bunder lengkap sesuai kebutuhan konsumen.	14
			(Bersambung)	

			(Sambungan)	
		Merk Barang	2) Terdapat merek lokal yang dijual pada Pasar bunder.	15
			3) Sebagian produk yang dijual bermerek toko itu sendiri.	16
			4) Ada berbagai macam merk barang yang tersedia di pasar.	17
		Variasi ukuran barang	5) Barang-barang pasar bunder bervariasi ukuran dan kemasannya.	18
			6) Ketersediaan <i>stock</i> barang sejenis di pasar	19
		Variasi kualitas produk	7) Barang-barang pasar bunder berkualitas bagus.	20
3.	Loyalitas Konsumen (Y)	<i>Trust</i>	1) Kepercayaan Konsumen dengan kualitas Pasar	21
			2) Kepercayaan Konsumen dengan komitmen Pasar	22
		<i>Emotion Commitment</i>	3) Ketidakinginan konsumen berpindah pada pasar lainnya	23
			4) Ketidaktertarikan dengan pasar yang lainnya	24
		<i>Switching Cost</i>	5) Ketidakpercayaan atas komentar negatif terhadap pasar.	25
			6) Pembelaan terhadap pasar saat seseorang berkomentar negatif terhadap pasar	26
		<i>Word of Mouth</i>	7) Kesiapan untuk mengajak orang lain untuk menjadi konsumen pasar	27
			8) Penyampaian hal – hal yang baik tentang pasar kepada orang lain	28
		Cooperation	9) Bersedia menjaga nama baik pasar	29
			10) Bersedia mendukung program yang dilaksanakan pasar	30

2) Penyusunan angket

Setelah kisi-kisi angket di buat maka item-item pertanyaan disertai dengan alternatif jawaban kemudian disusun pedoman pengisian angket. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa angket merupakan alat pengumpul data yang berupa daftar pertanyaan atau isian yang harus diisi oleh subyek penelitian.

3) Menentukan skor angket

Penelitian angket mengacu pada skala likert 1 sampai 5 yang dikelompokkan menjadi, *favorable* dan *unfavorable* (Sugiyono 2005:74).

Skoring masing-masing item favorable (positif) adalah :

Sangat setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Ragu-ragu (RR)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

Skoring masing-masing item unfavorable (negatif) adalah :

Sangat setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Ragu-ragu (RR)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

4) Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Menurut Arikunto (2007:2008), “validitas adalah pengukuran yang menunjang tingkat kevaliditasan dan atau kepercayaan suatu instrument”. Cara mengukur validitas dengan rumus produc moment angka kasar sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel x dan y

n : Jumlah responden

x : Skor Butir

y : Skor Total

Kriteria uji validitas adalah bahwa jika $r_{xy} \geq r_{\text{tabel}}$ pada taraf signifikan 95 % berarti item butir pertanyaan valid dan sebaliknya, bila $r_{xy} < r_{\text{tabel}}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid. Pengujian validitas ini dibantu dengan menggunakan program *SPSS for windows versi 16.0*.

Pengujian instrument dikenakan pada populasi diluar sampel sebanyak 20 Responden. Hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for windows versi 16.0* diringkas dan disajikan dalam bentuk tabel. Adapaun ringkasan hasil uji validitas tersebut, sebagai berikut:

Tabel 3.2

Ringkasan Hasil Uji Validitas Angket Loyalitas Konsumen

No. Butir	$r_{(0,05;25)}$	r_{xy}	Sig.	Keterangan
1	0,444	0,531	0,016	Valid
2	0,444	0,490	0,028	Valid
3	0,444	0,597	0,005	Valid
4	0,444	0,844	0,000	Valid
5	0,444	0,773	0,000	Valid
6	0,444	0,864	0,000	Valid
7	0,444	0,543	0,013	Valid
8	0,444	0,543	0,013	Valid
9	0,444	0,519	0,019	Valid
10	0,444	0,462	0,040	Valid

Sumber: Ringkasan Lampiran 9

Nilai r_{hitung} yang diperoleh dari hasil uji coba angket di atas, selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Besarnya nilai r_{hitung} pada taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel (N) sebanyak 20 Responden adalah 0,444 (dalam tabel r). Hasil perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} > r_{hitung}$ dan nilai signifikansi $<0,005$. Dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir dalam angket loyalitas konsumen dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpul data.

Tabel 3.3

Ringkasan Hasil Uji Validitas Angket Pelayanan

No. Butir	$r_{(0,05;25)}$	r_{xy}	Sig.	Keterangan
1	0,444	0,713	0,000	Valid
2	0,444	0,452	0,046	Valid
3	0,444	0,586	0,007	Valid
4	0,444	0,672	0,001	Valid
5	0,444	0,592	0,006	Valid
6	0,444	0,487	0,030	Valid
7	0,444	0,670	0,001	Valid
8	0,444	0,503	0,024	Valid
9	0,444	0,470	0,036	Valid
10	0,444	0,737	0,000	Valid
11	0,444	0,787	0,000	Valid
12	0,444	0,751	0,000	Valid
13	0,444	0,733	0,000	Valid

Sumber: Ringkasan Lampiran 4

Nilai r_{hitung} yang diperoleh dari hasil uji coba angket di atas, selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Besarnya nilai r_{hitung} pada taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel (N) sebanyak 20 Responden adalah 0,444 (dalam tabel r). Hasil perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} > r_{hitung}$ dan nilai signifikansi $<0,005$. Dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir dalam

angket pelayanan dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpul data.

Tabel 3.4

Ringkasan Hasil Uji Validitas Angket Keragaman Barang

No. Butir	$r_{(0,05;25)}$	r_{xy}	Sig.	Keterangan
1	0,444	0,452	0,045	Valid
2	0,444	0,559	0,010	Valid
3	0,444	0,572	0,008	Valid
4	0,444	0,641	0,002	Valid
5	0,444	0,578	0,008	Valid
6	0,444	0,514	0,020	Valid
7	0,444	0,639	0,002	Valid

Sumber: Ringkasan Lampiran 7

Nilai r_{hitung} yang diperoleh dari hasil uji coba angket di atas, selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Besarnya nilai r_{hitung} pada taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel (N) sebanyak 20 Responden adalah 0,444 (dalam tabel r). Hasil perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel} > r_{hitung}$ dan nilai signifikansi $<0,005$. Dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir dalam angket keragaman barang dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpul data.

b) Uji Reliabilitas

Menurut pendapat Arikunto (2006:180), “Uji reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”. Instrumen yang baik adalah instrumen yang sudah dapat dipercaya kebenarannya. Berapa kali diuji cobakan apabila mempunyai reliabilitas yang baik hasilnya akan tetap sama atau konsisten. Menurut Arikunto (2006:196) pengukuran reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu :

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sum \sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir soal

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

σt^2 = varian total

Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ berarti item (butir soal) reliabel dan sebaliknya, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir soal tersebut tidak reliabel. Kriteria besarnya koefisien reliabilitas menurut Arikunto (2006:276) sebagai berikut:

$0,80 < r_{11} \leq 1,00$ reliabilitas sangat tinggi

$0,60 < r_{11} \leq 0,80$ reliabilitas tinggi

$0,40 < r_{11} \leq 0,60$ reliabilitas cukup

$0,20 < r_{11} \leq 0,40$ reliabilitas rendah

$0,00 < r_{11} \leq 0,20$ reliabilitas sangat rendah

Berdasarkan *tryout* yang dilakukan pada responden 20 responden (diluar sampel) terhadap tingkat reliabilitas tiap variabel, hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	10

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas adalah sebesar 0,818, dan dapat dikatakan reliabilitas variabel Y sangat tinggi.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (x_1)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	13

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas adalah sebesar 0,871, dan dapat dikatakan reliabilitas variabel X_1 sangat tinggi.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Barang (X_2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	7

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji reliabilitas adalah sebesar 0,697, dan dapat dikatakan reliabilitas variabel X_2 sangat tinggi.

1) Pedoman analisis dokumentasi

Pedoman analisis angket dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data tentang Pasar bunder Sragen, yang berbentuk tulisan berupa sejarah pasar Bunder, keadaan geografis, struktur organisasi, data jumlah pelaku, peraturan dan kebijakan, sedangkan yang berbentuk gambar, berupa foto.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Pra Syarat Analisis

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis berbentuk sebaran normal atau tidak atau sampel dari populasi yang berbentuk data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji data pelayanan (X_1), keragaman barang (X_2) dan loyalitas konsumen (Y). Uji normalitas merupakan pengujian untuk mengetahui normal tidaknya sebaran data. Menurut Sudjana (2002:466–468), langkah-langkah untuk menggunakan uji *lilliefors* adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis

H_0 = sampel dari populasi berdistribusi normal

H_1 = sampel dari populasi yang tidak berdistribusi normal

b. Prosedur

1. X_1, X_2, \dots, X_n dijadikan bilangan baku z_1, z_2, \dots, z_i dengan rumus:

$$z_i = \frac{X_i - \bar{X}}{S}, \text{ di mana } z_i = \text{bilangan baku}$$

Keterangan :

z = Angka baku

\bar{X} = Rata-rata

S = Simpangan baku sampel

Dari data tersebut diurutkan dari skor terendah ke skor tertinggi.

2. Dengan dasar distribusi normal baku dihitung peluangnya.
3. Menghitung proporsi $z_1, z_2, \dots, z_n \leq z$ dinyatakan dengan:

$$S(z_i) = \frac{\text{banyaknya } z_1, z_2, \dots, z_n \leq z}{n}$$

4. Menghitung selisih $F(z_i) - S(z_i)$ dan menentukan harga mutlakanya.

5. Mengambil harga yang terbesar di antara harga mutlak selisih tersebut.

6. Kesimpulan

a) Jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka H_0 diterima berarti distribusi sebenarnya normal.

b) Jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti distribusi sebenarnya tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linier merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Pengujian ini dapat digunakan sebagai syarat dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Menurut Sudjana (2003:331), “Uji linieritas dimaksudkan untuk menguji linier tidaknya data yang dianalisis”. Langkah-langkahnya sebagai berikut :

$$1. F_{hitung} = \frac{RKreg}{RKres}$$

Keterangan:

F_{hitung} = koefisien regresi

$RKreg$ = rerata kuadrat garis regresi

$RKres$ = rerata kuadrat residu

$$2. F_{tabel} = (1-\alpha) (k-2;n;k)$$

3. Kesimpulan

a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak berarti persamaannya tidak linier.

b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima berarti persamaannya linier.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data regresi berganda digunakan untuk meramalkan perubahan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X, atau untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan keragaman barang terhadap loyalitas konsumen. Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel

independennya minimal 2. Menurut Sugiyono (2006:211) mengemukakan persamaan rumus regresi dua prediktor adalah:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + c$$

Untuk menghitung nilai a, b₁, dan b₂ dapat menggunakan:

$$\sum Y = a.n + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Dimana :

Y = loyalitas konsumen

a = konstanta

X₁ = pelayanan

b = koefisien korelasi

X₂ = keragaman barang

c = standar eror

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.

1. Menentukan hipotesa

Ho: $\beta_1 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang nyata (signifikan) antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen

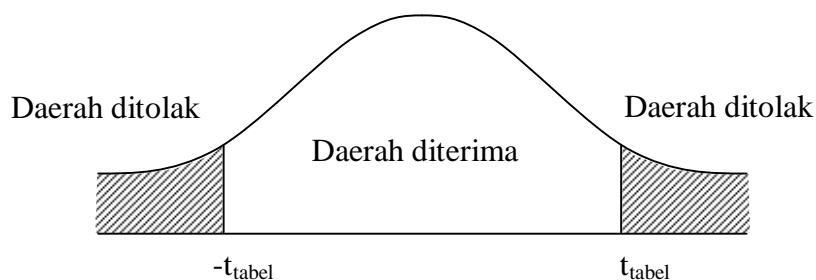
Ho: $\beta_1 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang nyata (signifikan) antara keragaman barang terhadap loyalitas konsumen.

Ho: $\beta_2 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang nyata (signifikan) antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Ho: $\beta_2 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang nyata (signifikan) antara keragaman barang terhadap loyalitas konsumen.

2. Level of significant ($\alpha = 5\%$)

3. Kriteria pengujian



Ho diterima jika $-t_{(\alpha/2;n-k-1)} \leq t \leq t_{(\alpha/2;n-k-1)}$ atau signifikansi $> 0,05$

Ho ditolak jika $t > t_{(\alpha/2;n-k-1)}$ atau $t < -t_{(\alpha/2;n-k-1)}$ atau signifikansi $< 0,05$

4. Rumus

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

5. Kesimpulan

Ho diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak apabila $t > t_{\text{tabel}}$ atau $t < -t_{\text{tabel}}$

b. Uji F

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh pelayanan (X_1) keragaman barang (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel loyalitas konsumen (Y). Langkah-langkah pengujian secara umum adalah:

1. Perumusan Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya tidak ada pelayanan (X_1) dan keragaman barang (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y).

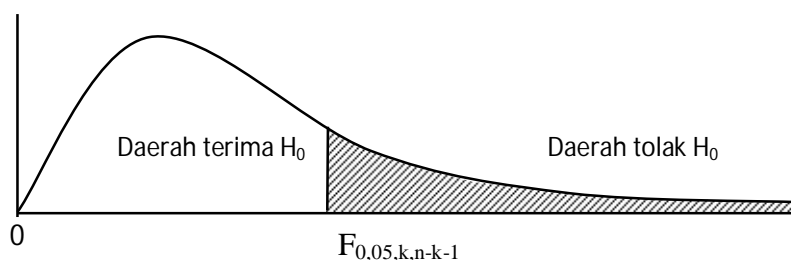
$H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya ada pengaruh pelayanan (X_1) dan keragaman barang (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y).

2. Level of significance ($\alpha = 5\%$)

Dengan derajat kebebasan (dk); k, $(n-1-k)$

$F_{\text{tabel}} = \alpha ; k ; (n-1-k)$ atau $0,05 ; k ; (n-1-k)$

3. Kriteria pengujian



H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

4. Perhitungan nilai F_{hitung} :

$$JK_{reg} = b_1 \sum x_1 y$$

$$JK = \sum y_2 - JK_{reg}$$

$$F = \frac{JK_{reg}/k}{JK/(n-k-1)}$$

Keterangan :

JK_{reg} = \sum kuadrat regresi

JK = \sum kuadrat residu

k = banyak variabel/ prediktor

n = jumlah sampel

5. Kesimpulan

Dengan membandingkan antara F_{hitung} dan F_{tabel} maka akan dapat diambil kesimpulan apakah H_0 diterima atau H_0 ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Pengujian ini akan dibantu program *SPSS for windows versi 16.0*.

4. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui berapa persen variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Nilai R^2 ini terletak antara 0 dan 1. Bila nilai R^2 mendekati 0, berarti sedikit sekali variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Jika nilai R^2 bergerak mendekati 1 berarti semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, jika ternyata

dalam perhitungan nilai R^2 sama dengan 0 maka ini menunjukkan bahwa variable bebas tidak mempengaruhi variabel terikat. Rumus koefisien determinasi adalah:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r = Korelasi parsial

5. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan relatif maupun efektif digunakan untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel independen terhadap perubahan variabel dependen (Y). Untuk melihat signifikansi suatu garis regresi antara kriterium dengan prediktornya yang ditunjuk dari korelasi tiap variabel yang diteliti. Dengan rumus sumbangan relatif dan efektif sebagai berikut:

a. Sumbangan Relatif (SR %)

$$SR\% X_1 = \frac{a_1 (\sum x_1 y)}{JK_{reg}} \times 100\%$$

$$SR\% X_2 = \frac{a_2 (\sum x_2 y)}{JK_{reg}} \times 100\%$$

b. Sumbangan Relatif (SE %)

$$1. \text{ Prediktor } X_1 = SE\% = SR\% \times X1.R^2$$

$$2. \text{ Prediktor } X_1 = SE\% = SR\% \times X2.R^2$$