

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama enam bulan, yaitu dimulai dari bulan Januari 2020 sampai bulan April 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian, karena jadwal peneliti sudah tidak padat, sehingga bisa memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Jakarta dan target responden yaitu mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah membeli makanan di Hokben. Penelitian ini dilaksanakan daring atau *online* melalui survei *Google Form* yang disebar dengan tujuan mempersingkat waktu dan menghemat biaya.

B. Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:18) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan korelasional. Alasan penelitian memilih

metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Dari buku yang sama, Sugiyono (2014:35) menyatakan bahwa metode penelitian survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) dan dari hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Kemudian, alasan peneliti menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas yang Kualitas Pelayanan (X1) dengan variabel terikat Loyalitas pelanggan (Y) dan variabel bebas Kepuasan Pelanggan (X2) kemudian sebagai variabel terikat Loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:62) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sarwono (2006:111) kemudian mengatakan populasi didefinisikan seperangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti. Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah sekelompok orang yang memiliki karakteristik yang dapat dijadikan objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal melalui wawancara, kuesioner dan observasi menggunakan beberapa pernyataan diketahui bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mahasiswa terhadap loyalitas pelanggan Hokben.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:63) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Sedangkan menurut Sarwono (2006:111), sampel merupakan sub dari seperangkat elemen yang dipilih untuk dipelajari. Maka dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang diambil

adalah responden yang pernah mengunjungi Hokben dan responden yang akan diteliti sebanyak 100 responden.

D. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2) dan Loyalitas Pelanggan (Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel yang tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Loyalitas Pelanggan (Y)

a. Definisi Konseptual

Loyalitas pelanggan adalah ketertarikan pelanggan atau rasa setia pelanggan terhadap perusahaan sehingga pelanggan memiliki rasa untuk melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain, dan tidak mudah berpaling ke perusahaan lain.

b. Definisi Operasional

Maka loyalitas pelanggan mencakup tiga kategori berikut: *intention to purchase* (niat untuk membeli kembali) menyatakan bahwa pelanggan memiliki niat untuk membeli kembali produk atau layanan perusahaan asli. Kedua, *primary purchase behavior* (perilaku utama) mengacu pada perilaku pembelian pelanggan baru-baru ini, termasuk frekuensi pembelian, jumlah pembelian,

dan banyaknya pembelian. Ketiga, *secondary purchase behavior* (perilaku sekunder) menunjukkan bahwa pelanggan cenderung memperkenalkan produk atau layanan perusahaan kepada orang lain, termasuk perilaku rekomendasi dan dari mulut ke mulut.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel III. 1 Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No Butir Valid		Drop
	+	-		+	-	
Berbicara positif tentang perusahaan kepada orang lain.	1,2			1,2		
Merekomendasikan kepada orang lain.	3,4,5			3,4,5		
Mengunjungi dan membeli kembali produk dari perusahaan.	6,7,8,9		7	6,7,8		

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti, tahun 2020

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 2 Skala Instrumen Penilaian Kualitas Pelayanan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak setuju (TS)	2	4
5.	Sangat tidak setuju (STS)	1	5

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti, tahun 2020

d. Validasi Instrumen

Proses pengembangan instrumen kualitas pelayanan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas pelayanan terlihat pada Tabel III.1 yang disebut sebagai instrumen untuk mengukur variable loyalitas pelanggan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui,

langkah selanjutnya adalah instrument diujicobakan kepada 30 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan cara menganalisis data uji coba instrumen yaitu dengan melakukan validasi butir soal dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrument. Mengutip dari Natawiria & Riduwan (2010:66) mengatakan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xiY} = \frac{n (\Sigma X_i Y) - (\Sigma X_i) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{(n \cdot \Sigma X_i^2 - (\Sigma X_i)^2) \cdot (n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Mengutip dari Sugiyono (2018:139)

bahwa rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas internal yang kedua adalah:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrument
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Mengutip dari Sugiyono (2018:139) varians butir dan varians total itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$st^2 = \frac{\sum Xt^2}{n} - \frac{(\sum Xt)^2}{n^2}$$

Dimana:

- S_i^2 / S_t^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

2. Kualitas Pelayanan (X1)

a. Definisi Konseptual

Kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan.

b. Definisi Operasional

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan beberapa dimensi. Dimensi pertama, yaitu *reliability* (keandalan) kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, memuaskan misalnya ketepatan waktu, pelayanan yang prima, sikap simpatik, dan kepercayaan. Dimensi kedua, yaitu *responsiveness* (daya tangkap) keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan memberikan layanan dengan tanggap. Dimensi ketiga, yaitu *assurance* (jaminan) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan. Dimensi keempat, yaitu *empathy* (empati) kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Dimensi kelima, yaitu *tangibles* (bukti fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk

memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel III. 3 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan (X1)

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No Butir Final		Drop
		+	-		+	-	
<i>Reliability</i> (Keandalan)	Ketepatan waktu	1			1		
	Pelayanan prima	2			2		
	Sikap simpatik	3			3		
<i>Responsiveness</i> (daya tangkap)	Kecepatan pelayanan	4			4		
	Pemberian informasi yang jelas	5,6			5,6		
<i>Assurance</i> (jaminan)	Bebas dari bahaya fisik	7		7	-		
	Bebas dari risiko	8			7		
	Bebas dari keraguan	9			8		
<i>Empathy</i> (empati)	Pemahaman kebutuhan individual (personal)	10, 11,12		11	9,10		

<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	Fasilitas fisik	13,14			11, 12		
	Perlengkapan karyawan	15			13		

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti, tahun 2020

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 4 Skala Instrumen Penilaian Kualitas Pelayanan (X1)

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak setuju (TS)	2	4
5.	Sangat tidak setuju (STS)	1	5

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti, tahun 2020

d. Validasi Instrumen

Proses pengembangan instrumen kualitas pelayanan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas pelayanan terlihat pada Tabel III.3 yang disebut sebagai instrumen untuk mengukur variable kualitas pelayanan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan cara menganalisis data uji coba instrumen yaitu dengan melakukan validasi butir soal dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Mengutip dari Natawiria & Riduwan (2010:66) mengatakan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xiY} = \frac{n (\Sigma X_i Y) - (\Sigma X_i) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{(n \cdot \Sigma X_i^2 - (\Sigma X_i)^2) \cdot (n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan

dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-drop.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Mengutip dari Sugiyono (2018:139) bahwa rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas internal yang kedua adalah:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrument
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Mengutip dari Sugiyono (2018:139) varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$st^2 = \frac{\sum Xt^2}{n} - \frac{(\sum Xt)^2}{n^2}$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

3. Kepuasan Pelanggan (X2)

a. Definisi Konseptual

Kepuasan pelanggan adalah hasil perasaan pembeli terhadap nilai yang dirasakan dari perolehan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan setelah membandingkan harapan sebelum dan setelah menerima kinerja tersebut.

b. Definisi Operasional

Terdapat 4 (empat) indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel III. 5 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan (X2)

Indikator	Butir Uji		Drop	No Butir		Drop
	Coba			Valid		
	+	-		+	-	
Pelanggan puas sepenuhnya dengan layanan di restoran.	1,2,3,4 ,5,6			1,2,3, 4,5,6		
Harapan akan layanan di restoran ini telah terpenuhi.	7,8,9		8	7,8		
Dibandingkan dengan restoran lain, tingkat kepuasannya tinggi.	10,11, 12,13			9,10, 11,12		

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti, tahun 2020

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 6 Skala Instrumen Penilaian Kepuasan Pelanggan (X2)

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat puas	5	1
2.	Puas	4	2
3.	Ragu-ragu	3	3
4.	Tidak puas	2	4
5.	Sangat tidak puas	1	5

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti, tahun 2020

d. Validasi Instrumen

Proses pengembangan instrumen kepuasan pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas pelayanan terlihat pada Tabel III.5 yang disebut sebagai instrumen untuk mengukur variable kepuasan pelanggan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrument diujicobakan kepada 30 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan cara menganalisis data uji coba instrumen yaitu dengan melakukan validasi butir soal dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrument. Mengutip dari Natawiria & Riduwan (2010:66) mengatakan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum X_i Y) - (\sum X_i) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{(n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) \cdot (n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{\text{tabel}} = 0,361$. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Mengutip dari Sugiyono (2018:139) bahwa rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas internal yang kedua adalah:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

r_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Mengutip dari Sugiyono (2018:139) varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$st^2 = \frac{\sum Xt^2}{n} - \frac{(\sum Xt)^2}{n^2}$$

Dimana:

$$\begin{aligned} S_i^2 &= \text{Simpangan baku} \\ n &= \text{Jumlah populasi} \\ \sum Xi^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\ \sum Xi &= \text{Jumlah data} \end{aligned}$$

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sarwono (2006:16) data primer merupakan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya kita sebut dengan responden. Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi tentang variable-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan menurut Sarwono (2006:17) data sekunder merupakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti. Penelitian ini juga dikenal dengan penelitian yang menggunakan studi kepustakaan dan yang biasanya digunakan oleh para peneliti yang menganut paham pendekatan kualitatif. Data sekunder yang peneliti dapatkan berasal dari data beberapa portal berita serta situs lainnya yang digunakan dalam pencarian referensi teori maupun jurnal.

Setting yang digunakan oleh peneliti adalah dirumah dengan responden mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Dalam metode pengumpulan data primer, peneliti menggunakan kuesioner (angket) secara *online* menggunakan *Google Form*. Menurut Sarwono (2006:28) dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, kuesioner merupakan salah satu alat yang penting untuk pengambilan data. Oleh karena itu, peneliti harus dapat membuat kuesioner dengan baik. Cara membuat kuesioner dapat dibagi dua, yaitu dari sisi format pertanyaan dan model jawaban. Teknik pengambilan data ini dapat dilakukan oleh pengambil data dengan menyebar *link* pengisian kuesioner diberikan kepada responden dan diberi waktu untuk mengisinya. Keunggulan teknik ini ialah peneliti dapat memperoleh informasi yang akurat dan secara langsung dari orang-orang yang akan kita mintai informasi. Sedang kelemahannya ialah peneliti akan mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan banyak karena keterbatasan waktu.

F. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Mengutip dari Priyatno (2010:36) yang mengatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah

model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistik (Uji *Kolmogrov Smirnov*).

Hipotesis penelitiannya adalah:

Ho : data berdistribusi normal

Ha : data tidak berdistribusi normal

Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas , yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak artinya data tidak berdistribusikan normal.

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis *Normal Probability Plot*, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka diagonal regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linieritas

Mengutip dari Purnomo (2016:94) yang mengatakan bahwa Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada

taraf signifikansi 0,05. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05.

Hipotesis penelitiannya adalah:

Ho : artinya data tidak linier

Ha : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak artinya data linier.

2. Mencari Persamaan Regresi Linier Berganda

Mengutip Rachbini W. *et al.* (2018:88) bahwa regresi linier berganda dimaksudkan sebagai variabel tak bebas (dependen) yang tergantung pada dua atau lebih variabel bebas (independen). Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat (loyalitas pelayanan)

X_1 = variabel bebas pertama (kualitas pelayanan)

X_2 = variabel bebas kedua (kepuasan pelanggan)

a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X1 (kualitas pelayanan)

b2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X2 (kepuasan pelanggan)

3. Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Eriyanto (2015;335), Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Koefisien

a. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan atau derajat keeratan variabel-variabel independen yang ada dengan variabel dependen dengan rumus :

$$R_{x1, x2.y} = \frac{\sqrt{b1.\Sigma x1y + b2.\Sigma x2y}}{\Sigma y^2}$$

$$\Sigma y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$$

$$\Sigma xiy = \Sigma XiY - \frac{(\Sigma xi)(\Sigma Y)}{n}$$

Keterangan :

n = jumlah data dari setiap variabel

ΣXi = jumlah data Xi

ΣY = jumlah dari Y

ΣY^2 = jumlah dari Y²

ΣXiY = jumlah dari Xi, Y

b1,b2 = koefisiensi regresi masing-masing variabel

Menurut Sarwono (2006:149) korelasi *Pearson* (*Pearson Product Moment Correlation*) untuk menentukan hubungan antara dua variabel (gejala) yang berskala interval (skala yang menggunakan angka sebenarnya), oleh karena itu korelasi termasuk dalam kategori uji statistik parametrik. Besarnya korelasi adalah 0 s/d 1. Korelasi dapat positif, yang artinya searah: jika variabel pertama besar, maka variabel kedua semakin besar juga. Korelasi negatif, yang artinya berlawanan arah: jika variabel pertama besar, maka variabel kedua semakin mengecil.

Korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari 1 ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai r = - 1 artinya korelasinya negatif sempurna ; r = 0 artinya tidak ada korelasi. Dan r = 1 berarti korelasinya sangat kuat.

Tabel III. 7 Tingkat Korelasi

Interval	Tingkat Hubungan
<0,20	Hubungan dapat dianggap tidak ada
0,20 – 0,40	Hubungan ada tetapi rendah
0,40 – 0,70	Hubungan cukup
0,70 – 0,90	Hubungan tinggi
0,90 – 1,00	Hubungan sangat tinggi

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti, tahun 2020

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen, atau dengan kata lain, mengukur seberapa baik model yang dibuat mendekati fenomena variabel dependen yang sebenarnya. R^2 juga mengukur seberapa besar variasi variabel dependen dijelaskan variabel-variabel independen dalam penelitian ini. Kriteria pengujian statistik adalah sebagai berikut:

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

1) Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

Jika $R^2 = 0$ maka variabel bebas tidak bisa menjelaskan variasi perubahan variabel terikat, maka model dikatakan buruk.

- 2) Jika $R^2 = 1$ berarti variabel bebas mampu menjelaskan variasi perubahan variabel terikat dengan sempurna. Kondisi seperti ini dalam hal tersebut sangat sulit diperoleh.
- 3) Kecocokan model dapat dikatakan lebih baik apabila R^2 semakin dekat dengan 1.