BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sumber data yang mampu disuguhkan dalam bentuk angka-angka.[1] Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei 2016.
2. Tempat pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Zoya Jl. Diponegoro No. 116 Surabaya.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

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.[2] Sampel adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.[3] Populasi dalam

[1] Sukandarrumudi, *Metode Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula* (Yogyakarta: Gajah Mada University, 2004), 63.
[2] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 90.
[3] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 162.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini adalah semua pelanggan yang datang ke Zoya Diponegoro Surabaya.

Teknik menentukan ukuran sampel dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu untuk jumlah populasi diketahui dan jumlah populasi tidak diketahui. Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan teori yang dikembangkan dari *Isac Michael*, yaitu:[4]

$$n = \frac{Z^2.p.q}{e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

Z = tingkat signifikan (1,96)

p = proporsi populasi (0,07)

q = 1-p

e = perkiraan tingkat kesalahan (5%)

Jadi besarnya sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{1{,}96^2.0{,}07.(1-0{,}07)}{0{,}05^2} = \frac{0{,}2500}{0{,}0025} = 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang digunakan peneliti adalah 100 orang.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti

[4] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), 34.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan sumber data.[5]

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang dapat berubah-ubah dan mempunyai nilai yang berbeda-beda.[6] Variabel adalah suatu atribut atau sifat aspek dari orang maupun objek yang mempunyai variasi yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, diantaranya:[7]

1. Variabel independen, variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3)
2. Variabel dependen, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan pada produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya (Y).

---

[5] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta,), 85.
[6] Turmudi dan Sri Harini, *Metode Statistika Pendekatan Teoritis dan Aplikatif* (Malang : UIN Malang Press, 2008), 19.
[7] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, definis operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Variabel Independen (X)

   a. Kualitas Produk (X_1)

      Kualitas produk adalah nilai yang diberikan pada suatu produk atas kemampuan/daya guna menjalankan fungsinya.

      Pada variabel ini telah disusun beberapa indikator berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono. Indikator adalah sebagai berikut:

      1) Kinerja
      2) Keistimewaan tambahan
      3) Keandalan
      4) Kesesuaian dengan spesifikasi
      5) Daya tahan
      6) Estetika

   b. Kualitas Pelayanan (X_2)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kualitas pelayanan adalah ciri, karakteristik, atau perilaku karyawan terhadap pelanggan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Pada variabel ini telah disusun beberapa indikator berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Rambat Lupiyoadi. Indikatornya adalah sebagai berikut:

1) Tampilan fisik
2) Kehandalan
3) Daya tanggap
4) Jaminan
5) Kepedulian

c. Harga (X_3)

Harga adalah jumlah uang yang dibayar untuk mendapatkan produk tertentu.

Indikator yang disusun pada variabel harga adalah menggunakan teori Kotler. Indikatornya adalah :

1) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
2) Kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan
3) Harga mempengaruhi daya beli konsumen
4) Daya saing

2. Variabel Dependen (Y)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen pelanggan terhadap perusahaan yang tercermin pada sikap positif dengan melakukan pembelian ulang dan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Pada variabel ini telah disusun indikator berdasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Jill Griffin sebagai berikut:

a. Melakukan pembelian ulang secara teratur
b. Melakukan pembelian antarlini produk jasa
c. Mereferensikan kepada orang lain
d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.[8] Suatu skala pengukuran dikatakan valid jika ia dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.[9] Dalam penelitian ini,

[8] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 168.
[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2014), 168.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peneliti menggunakan program *IBM Statistical Packeges for Social Science (SPPS)* sebagai alat bantu dalam analisis pengolahan datanya. Metode yang digunakan dalam uji korelasi ini adalah menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson, yaitu rumus korelasi *Product Moment*[10] sebagai berikut:

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

Dimana:

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Kriteria penilaian uji validitas adalah:

a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuisioner tersebut valid.

b) Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuisioner tersebut tidak valid.

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item	**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Kesimpulan**

[10] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 169.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1	0.804	0.278	VALID
2	0.751	0.278	VALID
3	0.839	0.278	VALID
4	0.630	0.278	VALID
5	0.668	0.278	VALID
6	0.561	0.278	VALID

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0.705	0.278	VALID
2	0.837	0.278	VALID
3	0.788	0.278	VALID
4	0.797	0.278	VALID
5	0.555	0.278	VALID
6	0.676	0.278	VALID

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0.718	0.278	VALID
2	0.584	0.278	VALID
3	0.726	0.278	VALID
4	0.717	0.278	VALID

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0.776	0.278	VALID
2	0.620	0.278	VALID
3	0.745	0.278	VALID
4	0.755	0.278	VALID

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah pengujian terhadap kepercayaan suatu instrumen. Apabila instrumen itu baik dan dapat dipercaya maka responden tidak akan memilih jawaban-jawaban tertentu sehingga menghasilkan data yang dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengambilan, aspek-aspek yang diukur tidak akan berubah terhadap gejala yang sama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan alat ukur yang sama. Dalam uji reliabilitas, rumus yang digunakan adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*[11]. Rumus *Alpha Cronbach* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.[12] Rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum\sigma^2}{\sigma_1{}^2}\right]$$

Dimana rumus $\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum\sigma^2$ = Jumlah butir pertanyaan

$\sigma_1{}^2$ = Varians total

Kriteria penilaian uji reliabilitas :

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka butir instrumen dikatakan reliabel, tetapi jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Menurut Uma Sekaran pengambilan keputusan untuk uji reliabel adalah sebagai berikut:[13]

a) *Cronbach Alpha* ≤ 0.6 = reliabilitas buruk

b) *Cronbach Alpha* 0.6 < 0.79 = reliabilitas diterima

c) *Cronbach Alpha* 0.8 = reliabilitas baik

[11] Ibid., 165.
[12] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian…*, 196.
[13] Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar dengan Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2013), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
X_1	0.767	0.278	RELIABEL
X_2	0.817	0.278	RELIABEL
X_3	0.606	0.278	RELIABEL
Y	0.683	0.278	RELIABEL

Hasil uji reliabilitas dari variabel variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), harga (X_3) dan loyalitas pelanggan (Y) pada program *IBM Statistical Packeges for Social Science (SPPS)* menunjukkan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Pada penelitian ini, diketahui r_{tabel} sebesar 0.278 dengan jumlah responden sebanyak 50 orang, sedangkan r_{hitung} yang diperoleh > r_{tabel} yang artinya lebih dari 0.6 jadi reliabilitas dapat diterima. Jadi disimpulkan semua item pertanyaan dikatakan reliabel.

G. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk bilangan atau angka-angka yang secara langsung bisa dihitung dengan statistik.

Sumber data dalam penelitian adalah merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan adalah sumber primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer penelitian ini berupa hasil penyebaran kuisioner kepada pelanggan Zoya Diponegoro tentang pengaruh kualitas produk,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya dan wawancara kepada CEO (kepala toko) dan karyawan Zoya Diponegoro tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, serta tingkat loyalitas pelanggan di Zoya Diponegoro.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari kepustakaan atau sumber yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung dan menunjang pembahasan dalam penelitiannya. Dalam hal ini, data yang dibutuhkan sudah ada atau sudah jadi, seperti:

a. Literatur yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan keputusan pembelian konsumen.
b. Buku-buku, skripsi, jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu.
c. Tulisan ilmiah yang diunduh dari internet.
d. Brosur dan leaflet dari Zoya Diponegoro Surabaya.

H. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kuesioner/angket adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.[14]

Penulis menggunakan kuesioner secara langsung dengan memberikan daftar pertanyaan kepada pelanggan Zoya Diponegoro Surabaya yang membeli dan menggunakan produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya, responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti sesuai dengan keadaan yang diketahuinya.

Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan model tertutup karena jawaban telah disediakan. Dan pengukurannya menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban dengan pilihan jawaban pada tabel sebagai berikut:[15]

Tabel 3.6
Alternatif jawaban dengan skala *likert*

Simbol	Alternatif jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Wawancara (*Interview)*

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mata dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau

[14] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 123.
[15] Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keterangan-keterangan dari responden.[16] Dalam hal ini wawancara akan dilakukan dengan CEO dan karyawan Zoya Diponegoro Surabaya untuk mendapatkan informasi mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, serta loyalitas pelanggan di Zoya Diponegoro.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian data yang tersedia adalah berbentuk literatur, buku-buku, skripsi, jurnal, penelitian terdahulu, *website*, brosur, leaflet, dan sebagainya. Pada penelitian ini, dokumen yang dikumpulkan berupa data loyalitas pelanggan pada produk fashion Zoya Diponegoro, data kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga pada produk fashion Zoya Diponegoro dan data lainnya yang berhubungan dengan obyek penelitian.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi normal atau tidak.[17] Salah satu teknik yang mudah digunakan dalam pengujian normalitas ini adalah dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*. Normalitas

[16] Choli Narbuko, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 83.
[17] Juliansyah Noor, *Metodologi*..., 174.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terpenuhi jika nilai signifikasi yang diperoleh adalah > 0.05, itu artinya sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi yang diperoleh adalah < 0.05 maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dilakukannya uji multikolinearitas adalah untuk memastikan adanya korelasi yang kuat antar variabel bebasnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terdapat korelasi antar variabel bebasnya. Pengujian pertama, apabila terdapat korelasi yang tinggi (≤ 0.1) antar variabel bebas, maka data dikatakan terdapat multikolinier. Namun apabila koefisien korelasinya ≥ 0.1, maka dikatakan tidak terdapat multikolinier. Pengujian yang kedua selain dengan melihat koefisien korelasinya, yaitu dengan melihat nilai VIF (*Varian Infloating Factor)* yang terdapat pada output SPSS. Apabila nilai VIF ≤ 10 maka tidak terjadi multikolinier. Sebaliknya, jika nilai VIF ≥ 10 maka dikatakan terjadi multikolinier.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual yang ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini, pengujian yang dilakukan untuk memastikan apakah terdapat heteroskedastisitas atau tidak adalah dengan uji korelasi *Rank-Spearman.* Uji korelasi *Rank-Spearman* dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai residual dengan variabel bebas menggunakan *Rank-Spearman.* Dari data yang diperoleh, dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila signifikansi > 0.05. Sebaliknya jika signifikansi < 0.05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *Scatter Plot* antar prediksi variabel dependen dengan residunya.[18] Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah veriabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS *(Statistical Product and Service Solution)* dengan rumus regresi berganda sabagai berikut.[19]

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

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

[18] Choirotul Ummah, "Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016), 52.

[19] M. Farhan Qudratullah, *Analisis Regresi Terapan: Teori, Contoh Kasus dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 89.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = Harga

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Error

3. Uji Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis, pengujian dilakukan dengan menggunakan:

a. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data. Kelompok data yang diuji pada uji f terdiri dari dua kelompok.[20] Langkah-langkah uji f adalah:

1) Perumusan Hipotesis

H_o = Variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

H_a = Variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) Menggunakan tingkat signifikansi

Digunakan probability sebesar 5% ($\alpha = 0.05$)

[20] Ali Baroroh, *Trik-Trik Analisis Statistik SPSS 15* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008), 79.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika signifikansi > 0.05, maka H_o diterima H_a ditolak. Yang berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Jika signifikansi < 0.05, maka H_o ditolak H_a diterima. Itu artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. [21]

Langkah-langkah pengujian dilakukan sebagai berikut:

1) Perumusan hipotesis

H_o = Variabel independen secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

H_a = Variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) Pengujian bisa dilihat dari tingkat signifikansi:

Jika tingkat signifikansi > 0.05, maka H_o diterima H_a ditolak. Artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

[21] Asnawidan Mashuri, *Metodologi Riset Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika tingkat signifikansi < 0.05, maka H_o ditolak H_a diterima. Yang berarti variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id