

## BAB III

### METODELOGI PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

“Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif jenis metode survei. Menurut Sugiyono (2014, hal.23-24) menyatakan mengenai metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positiv, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

“Menurut Sugiyono ( 2017:147 ) analisis Deskriptif merupakan metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian, dalam melakukan analisis deskriptif diperlukan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah yang digunakan untuk menganalisis data secara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

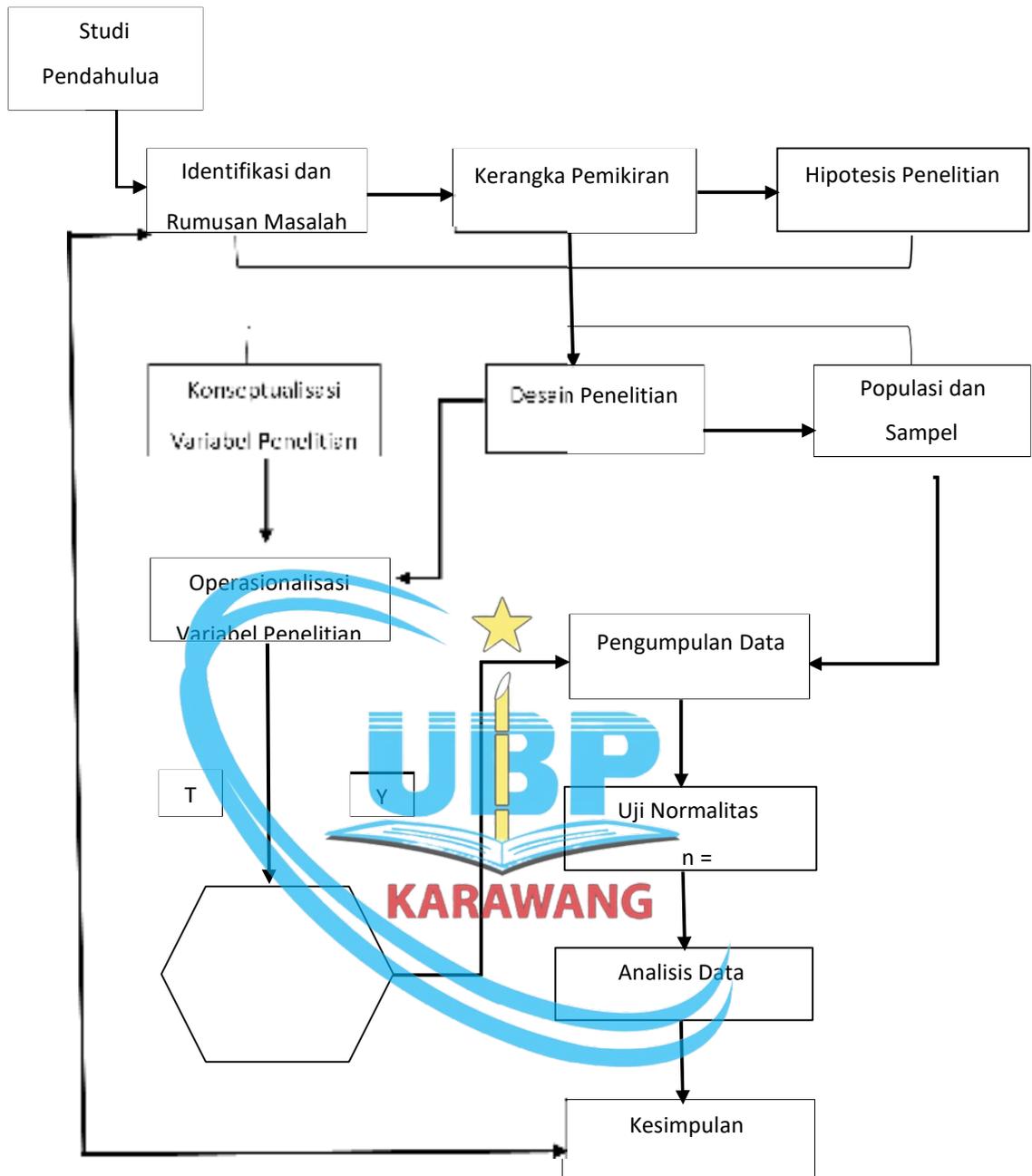
“Menurut Sugiyono ( 2017 : 148 ) analisis verifikatif cara atau teknik statistic yang digunakan adalah statistic inferensial. Statisti inferensial adalah teknik statistic yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi, Metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.”

Dalam pengkajian ini peneliti melakukan observasi tentang Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Shopee. Dalam pengkajian ini terdapat dua variabel bebas (*independen*) dan satu variabel terkait (*dependen*).

Berikut ini adalah gambaran alur proses yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian.

Berikut ini adalah gambaran alur proses yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian.





**Gambar 3. 1 Desain Penelitian**

Sumber : (Uus MD Fadli,2021)

Gambar di atas menggambarkan proses ketika membuat desain penelitian awal yang dilakukan dalam penelitian yang merupakan studi pendahuluan terhadap

Objek. Kemudian menentukan identifikasi masalah dan rumusan masalah untuk mengumpulkan data yang kemudian akan dijadikan sebagai latar belakang penelitian. Selanjutnya membuat kerangka yang dimaksudkan sebagai penentu hipotesis penelitian.

Kemudian membuat desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan penelitian. Pembentukan konsep dari variabel-variabel yang diteliti dalam pengkajian, yaitu Kepercayaan (X1), Kepuasan (X2), dan Loyalty Pelanggan (Y). dengan menggunakan berbagai studi literatur dan literatur yang selaras untuk identifikasi operasional.

Langkah berikutnya adalah memilih populasi atau sampel yang akan digunakan untuk menentukan responden selama penelitian. Data dapat diperoleh dari responden untuk beberapa sampel yang diketahui lalu dikumpulkan dan dianalisis menggunakan analisis jalur. tetapi sebelum menganalisis data terkumpul sebelumnya akan di uji validitas dan reliabilitas lebih dulu, jika hasilnya valid dan reliabel artinya data berikutnya akan dianalisis, sedangkan jika tidak valid dan reliabel maka data akan dianalisis, dipertimbangkan apakah masih dilakukan dalam penelitian ataupun mengacu dari definisi variabel riset Operasional.

Selanjutnya dengan melakukan analisis normalitas untuk membuktikan dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Setelah itu, menganalisis data yang telah diuji validitas, reliabilitas, dan normalitasnya. Langkah terakhir setelah menganalisis data, dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis dan menginterpretasikan hasil analisis tersebut.

### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.1.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi pengkajian ini dilakukan di Universitas Buana Perjuangan Karawang untuk mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2017.

#### **3.1.2 Waktu Penelitian**

Pengkajian ini akan dilaksanakan selama bulan September 2021 sampai dengan Maret 2022 dengan jadwal kegiatan sebagai berikut :

**Tabel 3.1 Waktu Penelitian**

No	Uraian Kegiatan	Tahun
1	Penulisan Proposal	September 2021
2	Perbaikan Proposal	November 2021
3	Seminar Proposal	Februari 2022
4	Pengumpulan Data	Februari 2022
5	Analisis Data	Februari 2022
6	Penulisan Data	Maret 2022
7	Perbaikan Skripsi	Maret 2022
8	Sidang Skripsi	April 2022

Sumber : Kajian Peneliti, 2022

### 3.2 Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi Variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan 2 jenis Variabel yaitu :

#### 1.) Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi dan menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepercayaan ( $X_1$ ), dan Kepuasan ( $X_2$ ).

#### 2.) Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

#### 3.2.1 Definisi Variabel Kepercayaan

kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada perusahaan jasa, bahwa kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa akan tumbuh apabila memiliki pengalaman dan informasi yang baik.

“Alat ukur untuk mengukur Kepercayaan menurut (Rahmawati, 2013:11) dapat dilakukan dengan melalui dimensi antara lain yaitu :

- 1) Kemampuan (*Ability*), mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjualan, dalam hal ini bagaimana penjual memberikan pelayanan dan keamanan dalam melakukan transaksi.
- 2) Kebaikan Hati (*Benevolence*), merupakan keamanan penjual dalam memberikan kepuasan yang sangat menguntungkan untuk kedua belah pihak.
- 3) Integritas (*Integrity*), berkaitan dengan bagaimana perilaku penjual dalam menjalankan usahanya, apakah informasi yang diberikan kepada pembeli benar dan sesuai dengan fakta atau tidak.”

Cara mengukur Kepercayaan digunakan skala likert yaitu respon skor terendah 1 dan tertinggi 5.

### 3.2.2 Definisi Variabel Kepuasan

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan upaya pemenuhan sebuah kualitas produk atau jasa yang dirasakan seseorang yang sesuai dengan harapannya.

“Alat ukur untuk mengukur Kepuasan menurut Kotler & Keller (2015) dapat dilakukan dengan melalui dimensi antara lain yaitu :

- 1) Tetap Setia  
Pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal. Pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama.
- 2) Memberikan Produk Yang Ditawarkan  
Keinginan untuk membeli produk atau makanan lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.
- 3) Merekomendasikan Produk  
Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi darimulut kemulut (word of mouth communication) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon pelanggan yang lain dan

mengatakan hal-hal baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

4) Bersedia Membayar Lebih

Pelanggan cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan. Ketika harga lebih tinggi, pelanggan cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga.

5) Memberi Masukan

Walaupun kepuasan sudah dicapai, pelanggan selalu menginginkan yang lebih lagi. Maka pelanggan akan memberikan masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai.”

Cara mengukur Kepercayaan digunakan skala likert yaitu respon skor terendah 1 dan tertinggi 5.

### 3.2.3 Definisi Variabel Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

“Alat ukur untuk mengukur Kepuasan menurut (Griffin, 2014:5) dapat dilakukan dengan melalui dimensi antara lain yaitu :

- 1) Melakukan Pembelian secara Berulang, yaitu pelanggan yang merasa puas dengan produk atau jasa yang dibelinya akan melakukan pembelian kembali.
- 2) Pembelian Antar Lini Produk & Jasa, yaitu selain melakukan pembelian produk dan jasa utama pelanggan juga membeli produk dari lini produk lainnya.
- 3) Mereferensikan Kepada Orang Lain, yaitu memberikan rekomendasi kepada orang lain mengenai pembelian produk dan jasa pada perusahaan tersebut.
- 4) Menunjukkan Kekebalan Dari Tarikan Pesaing, yaitu pelanggan tidak mudah beralih pada perusahaan lain yang menawarkan produk atau jasa serupa.”

Cara mengukur Loyalitas Pelanggan digunakan skala likert yaitu respon skor terendah 1 dan tertinggi 5.

Sebagai kajian operasional variabel dari Kepercayaan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan lebih detail, maka akan dijelaskan melalui table 3.2.

**Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuesioner
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	Kemampuan ( <i>Ability</i> )	Kompetensi	Ordinal	1
		Karakteristik	Ordinal	2
		Keamanan Bertransaksi	Ordinal	3
		Pelayanan	Ordinal	4
	Kebaikan Hati ( <i>Benevolence</i> )	Tanggung Jawab	Ordinal	5
		Memenuhi Harapan	Ordinal	6
		Memenuhi Kebutuhan	Ordinal	7
		Rasa Puas	Ordinal	8
		Menguntungkan	Ordinal	9
	Integritas ( <i>Integrity</i> )	Informasi	Ordinal	10
		Proses Pengiriman Barang	Ordinal	11
Kesesuaian Produk		Ordinal	12	
Berkualitas		Ordinal	13	
Kepuasan (X <sub>2</sub> )	Tetap Setia	Setia	Ordinal	1
		Kualitas Produk	Ordinal	2
		Loyal	Ordinal	3
	Membeli Produk Yang di Tawarkan	Pembelian Produk Lain	Ordinal	4
		Pengalaman	Ordinal	5
		Kualitas Pelayanan	Ordinal	6
	Merekomendasikan Produk	Merekomendasikan Produk	Ordinal	7
		Komunikasi	Ordinal	8
		Bersifat Positif	Ordinal	9
	Bersedia Membayar Lebih	Harga	Ordinal	10
		Kepuasan Pelayanan	Ordinal	11
	Memberi Masukan	Saran	Ordinal	12
		Konsisten	Ordinal	13
Loyalitas Pelanggan (Y)	Pembelian berulang	Lebih dari 2 kali	Ordinal	1
		Secara Teratur	Ordinal	2
		Kepuasan Produk	Ordinal	3
	Pembelian antar lini produk	Membeli rasa lain dari produk yang sama	Ordinal	4

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuesioner
	Merekomendasi produk	Mengkonsumsi tiap produk	Ordinal	5
		Merekomendasikan produk	Ordinal	6
		Keunggulan produk	Ordinal	7,8
	Menunjukkan kekebalan dari tarikan pesaing	Kemudahan produk	Ordinal	9,10
		Tidak mudah beralih	Ordinal	11
		Citra merek	Ordinal	12
	Kenyamanan	Ordinal	13	

Sumber : X<sub>1</sub> (Rahmawati, 2013:11)

X<sub>2</sub> (Kotler & Keller, 2015)

Y (Griffin, 2014:5)

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

“Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya ( Sugiyono 2017:80 ).

Populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah 160 Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang 2017.”

#### 3.3.2 Sampel Penelitian

“Menurut ( Sugiyono, 2017:81) sampel adalah bagian besar dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga dapat dikatakan sampel ini merupakan bagian yang dapat mewakili dari keseluruhan populasi tersebut.”

Kriteria sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik simple random sampling. Dikatakan simple karena pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Jumlah sampel penelitian yang digunakan, ditentukan dengan rumus Slovin. “Menurut Anwar Sanusi (2017:101) Slovin, memasukkan unsur kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

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

Sumber : Anwar Sanusi (2017:101)

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat Kesalahan (5%)

Dengan populasi yang berjumlah 160 pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang 2017, maka diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan rumus Slovin, yaitu :



$$n = \frac{160}{1+(160 \times 0,05)^2}$$

$$n = \frac{160}{1+(160 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{160}{1,4}$$

$$n = 114,285714 \approx 115 \text{ Orang}$$

Dengan menggunakan perhitungan rumus Slovin, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 115 Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang 2017.”

### 3.3.3 Teknik Sampling

“Menurut Sugiyono (2017:81) mengemukakan teknik sampling adalah sebagai berikut : "Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan."

Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah didasarkan pada metode non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau

anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan menggunakan pendekatan purposive sampling.



### 3.4 Pengumpulan Data Penelitian

#### 3.4.1 Sumber Data Penelitian

1) Data Primer

“Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dan sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan ( Siregar, 2013). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data dari penyebaran kuesioner yang bersumber pada responden yang berjumlah 160 Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang 2017.”

2) Data Sekunder

“Data Sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya (Siregar, 2013). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku-buku, literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.”

#### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan:

1.) Observasi

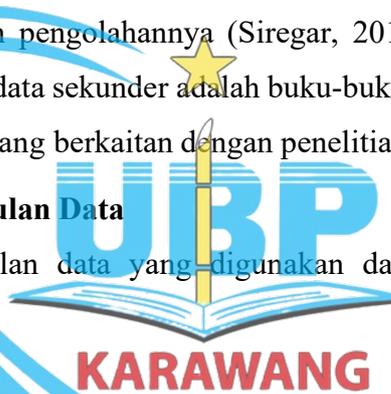
“Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi meliputi segala hal yang menyamngkut pengamatan aktivitas atau kondisi perilaku maupun nonperilaku (Sanusi 2017:111).”

2.) Kuesioner (Angket)

“Sugiyono (2014, hlm.193) mendefinisikan kuesioner atau angket sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”

3.) Studi Pustaka

Penelitian ini dengan mengumpulkan teori dan data secara relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti. Dengan menggunakan studi pustaka terhadap



literature dan bahan pustaka lainnya seperti buku, jurnal, dan sumber-sumber lain yang berhubungan dan mendukung penelitian.

### 3.4.3 Instrumen Penelitian

“Menurut Sugiyono (2019:156) Instrumen Penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini pengolahan data yang digunakan yaitu menggunakan program SPSS 21.0 for windows.”

#### 3.5.3.1 Uji Validitas

“Uji Validitas menurut Sugiyono (2018:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item pertanyaan mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditunjukkan kepada responden dengan total untuk seluruh item.”

Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengorelasikan skor item tersebut dengan skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah Pearson Product Moment sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item (Jawaban Responden)

y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

#### 3.5.3.2 Uji Reliabilitas

“Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, maka menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas ini dilakukan pada responden sebanyak 160 Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang 2017, dengan menggunakan pertanyaan yang telah ditanyakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya. Menggunakan program *SPSS 21.0 for windows*, variabel dinyatakan reliable dengan kriteria berikut :

1. jika  $r$ -alpha positif dan lebih besar dari  $r$ -tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika  $r$ -alpha negative dan lebih kecil dari  $r$ -tabel maka pernyataan tersebut tidak reliable.
3. jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$  maka reliable
4. jiks nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,6$  maka tidak reliable
5. variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Crobach's Alpha*  $>$  dari 0,6 (Priyatno, 2013:30).”

### 3.6 Analisis Data

“Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono,2017:147). Metode analisis yang akan digunakan adalah analisis data deskriptif dan verifikatif.”

#### 3.6.1 Rancangan Analisis

##### 3.6.1.1 Analisis Deskriptif

“Analisis Deskriptif merupakan metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian, dalam melakukan analisis deskriptif diperlukan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah yang digunakan untuk menganalisis data secara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:147).”

“Rumus Rentan Skala dapat ditetapkan sebagai berikut (Sugiyono, 2019:148) :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

RS = Rentan Skala

n = Jumlah Sampel

m = Skor Penialain

Skala Terendah =  $n \times 1 = 115 \times 1 = 115$

Skala Tertinggi =  $n \times 5 = 115 \times 5 = 575$

RS =  $\frac{115(5-1)}{5}$

5

RS = 92

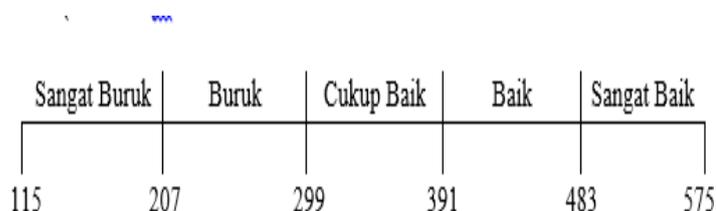


Tabel 3. 3 Skala Likert

Skor	Rentan Skala	Kepuasan	Kepercayaan	Loyalitas Pelanggan
1.	115 – 207	Sangat Tidak Puas	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik
2.	208 – 299	Tidak Puas	Rendah	Tidak Baik
3.	300 – 391	Cukup Puas	Cukup Tinggi	Cukup Baik
4.	392 – 483	Puas	Tinggi	Baik
5.	484 – 575	Sangat Puas	Sangat Tinggi	Sangat Baik

Sumber : ( Hasil Pengolahan, 2022)

Berikut merupakan rentan Skala yang digambarkan menggunakan Bar Scale (Bar Skala) :



Gambar 3. 2 Bar Scale

Sumber : Hasil Pengolahan, 2022

### 3.6.1.2 Analisis Verifikatif

“Dalam analisis verifikatif cara atau teknik statistic yang digunakan adalah statistic inferensial. Statisti inferensial adalah teknik statistic yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2017:148). Metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Berikut ini merupakan beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis verifikaif.”

#### 3.6.1.2.1 Transformasi Data

Mentransformasikan data dari ordinal ke interval gunanya untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametric yang mana data setidak-tidaknya berskala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI).

“Menurut (Sedarmayanti dan Hidayat, 2011:55) “ *Method of Succesive Interval* (MSI) adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval.”

Langkah-langkah transformasi data dari ordinal ke interval dengan *Method Of Succesive Interval* adalah sebagai berikut :

1. Memperhatikan setiap butir jawaban responden dari kuesioner yang disebarkan.
2. Untuk setiap butir tersebut tentukan berapa orang yang menjawab skor 1, 2, 3, 4, 5 yang disebut dengan frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
4. Tentukan proporsi kumulatif.
5. Dengan menggunakan table distribusi normal, hitung nilai z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
6. Menentukan skala (*Scale Value* = SV) untuk setiap skor jawaban yang diperoleh dengan menggunakan Tabel Tinggi Densitas.
7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{density at upper limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

8. Setelah menentukan SV maka nilai skala ordinal ke interval, yaitu nilai SV yang nilainya terkecil (harga negative yang tersebar) diubah menjadi sama dengan 1 (satu). Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan nilai transformasi adalah sebagai berikut :

$$\text{Transformed Scale Value} = Y = SV + |SV \text{ min}| + 1$$

9. Setelah mendapatkan nilai dari *Transformed Scale Value*, nilai tersebut adalah nilai skala interval.”

### 3.6.1.2.2 Normalitas Data

“Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah rumus Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan data berdistribusi normal jika signifikansi > 0.05 dan tidak berdistribusi normal jika signifikansi < 0,05.”

### 3.6.1.2.3 Analisis Korelasi

“Analisis Korelasi menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel. Arahnya dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negative, sedangkan kuat atau lemah nya hubungan dinyatakan dalam besarnya keefisien korelasi. Adapun rumusan korelasi pearson product moment menurut Sugiyono (2019:228) :

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

Keterangan :

$R_{xy}$  = Korelasi antar variabel x dengan y

$\sum x_i$  = Jumlah Skor Item

$\sum y_i$  = Jumlah Skor Total (seluruh item)

n = Jumlah Responden”

untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, maka dapat digunakan pedoman sebagai berikut :

**Tabel 3. 4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi Interval**

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

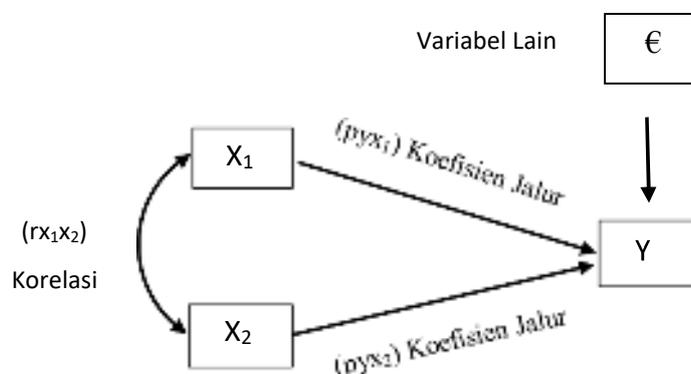
Sumber : Sugiyono (2014:242)

#### 3.6.1.2.4 Analisis Jalur ( *Path Analysis* )

“Menurut Riduwan dan Kuncoro (2014:2) model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen).”

Untuk menggambarkan hubungan-hubungan kausalitas antar variabel yang akan diteliti pada penelitian ini, penulis menggunakan diagram jalur (*Path Diagram*). Diagram Jalur (*Path Diagram*) adalah alat untuk melukiskan secara grafis, struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening, dan variabel dependen.

Berikut ini merupakan rancangan analisis yang digunakan dalam penelitian :



### Gambar 3. 3 Analisis Jalur

Sumber : (Hasil Pengolahan,2022)

Keterangan :

$X_1$  = Kepercayaan

$X_2$  = Kepuasan

$Y$  = Loyalitas Pelanggan

$\epsilon$  = Variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi  $Y$

$\beta_{yx_1}$  = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung  $X_1$  terhadap  $Y$

$\beta_{yx_2}$  = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung  $X_2$  terhadap  $Y$

$r$  = Korelasi

$r_{x_1x_2}$  = Korelasi  $X_1$  dan  $X_2$

#### 3.6.2 Uji Hipotesis

“Uji Hipotesis adalah suatu pertanyaan yang mengajukan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam menguji hipotesis dilakukan dengan uji statistik t dan uji statistik f, dan uji koefisien determinasi (Sugiyono, 2017:89).”

##### 3.6.2.1 Uji t (parsial)

“Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghozali, 2012).”

##### 3.6.2.2 Uji F (Simultan)

“Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait, ( Ghozali,2012).”

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistic F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Dengan membandingkan nilai F table dengan F hitung, Apabila  $F_{table} > F_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, Apabila  $F_{table} < F_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas Signifikansi Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (Ghozali, 2012)

### 3.6.2.3 Koefisien Determinasi

“Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terkait. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu (Ghozali, 2012). Jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted  $R^2$  negatif, maka nilai adjusted  $R^2$  dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai  $R^2 = 1$ , maka adjusted  $R^2 = R^2 = 1$ , sedangkan jika nilai  $R^2 = 0$ , maka adjusted  $R^2 = (1-k)/(n-k)$ . jika  $k > 1$ , maka adjusted  $R^2$  akan bernilai positif (Gujarat dalam Ghozali, 2012).”

