BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus menentukan apa yang akan dijadikan objek penelitiannya. Sehingga nanti pembahasannya hanya akan difokuskan pada apa yang akan menjadi objek penelitian.

Menurut Sugiyono (2005:32) Objek penelitian yaitu:

"Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan."

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa objek penelitian adalah hal atau perkara yang menjadi pokok sasaran atau tujuan, yang akan diteliti oleh peneliti. Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih maka objek yang akan diteliti oleh penulis adalah pengaruh nilai dan citra perusahaan terhadap loyalitas mahasiswa pada Universitas Komputer Indonesia.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang dilakukan untuk mendapatkan data dan untuk tujuan tertentu. Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah *deskriptif* dan *verifikatif*.

Menurut Sugiyono (2010:54)metode*deskriptif* adalah "metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) menyatakan bahwa "metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dikelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitianperlu dibuat desain penelitian yang bertujuan agar data dan informasi yang diperoleh lengkap dan akurat. Selain itudalam melakukan suatu penelitian sangat diperlukan perencanaan dan perancangan penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis sesuai dengan yang diharapkan penulis**.**Desain Penelitian menurut Husein Umar (2005:30) adalah "semua proses yang dilakukan dalam perencanaan dan pelaksaan penelitian"

Langkah-langkah desain penelitian menurut Umi narimawat (2010:30)adalah:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.
4. Menetapkan tujuan penelitian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variable penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data,teknik penentuan sanpel dan teknik pengumpulan data.

8. Melakukan analisis data.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	*Pelanggan*	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	*Pelanggan*	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	*Pelanggan*	*Cross Sectional*
T-4,5,6	*Descriptive dan Verifikatif*	*Descriptive dan Survey*	*Pelanggan*	*Cross Sectional*

Sumber: Umi Narimawati

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam melakukan penelitian ini sebagai salah satu sarana untuk mendapatkan data-data penulis melakukan penelitian padaUniversitas Komputer Indonesia.Untuk mempermudah mendapatkan data yang diperoleh bagi penilaian. Masalah yang diteliti perlu adanya operasional variable. Operasionalisasi variable yaitu memecah variabel-variabel yang terkandung dalam masalah tersebut diatas menjadi bagian-bagian yang paling kecil, sehingga dapat diketahui klasifikasi ukuranya.

Variabel dibagi menjadi dua, yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Menurut Husein Uman (2005:30) adalah sebagai berikut:

"Variabel independent (bebas) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain, sedangkan variabel dependent(tergantung)adalah variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel independent".

Sesuai dengan judul usulan penelitian yaitu pengaruh nilai dan citra perusahaan terhadap loyalitas mahasiswa pada Universitas Komputer Indonesia. Maka penulis menggunakan 2 variabel independent dan 1 variabel dependent, yaitu :

1. Variabel independent (X_1) dalam penelitian ini adalah nilai mahasiswa.
2. Variabel independent (X_2) dalam penelitian ini adalah citra perusahaan.
3. Variabel dependent (Y) dalam penelitian ini adalah loyalitas mahasiswa.

Table 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Nilai Mahasiswa (X_1)	Nilai pelanggan adalah perbedaan antrara keuntungan yang didapat pelanggan dibanding dengan biaya yang dikeluarkan. Kotler Keller (2007:172)	Nilai produk	▪ Tingkat manfaat jasa yang diterima	**ORDINAL**
		Nilai layanan	▪ Tingkat fasilitas laboratorium ▪ Tingkat fasilitas perpustakaan	
		Nilai personil	▪ Tingkat kualitas dosen ▪ Tingkat sikap dan kecakapan karyawan	
		Nilai citra	▪ Tingkat kesesuaian	
		Biaya moneter	▪ Tingkat biaya semester yang dikeluarkan ▪ Tingkat biaya SKS yang dikeluarkan	
		Biaya waktu	▪ Tingkat ketepatan menyelesaikan kuliah	
		Biaya energi	▪ Tingkat kelelahan yang dirasakan	

		Biaya psikis	▪ Tingkat beban stres yang dirasakan	
Citra Perusahaan (X_2)	Paul R. Smith (1995:332) dalam Eddy Soeryanto Soegoto (2008:83)Citra perusahaan adalah persepsi seseorang mengenai suatu citra organisasi dan persepsi-persepsi ini diciptakan melalui seluruh indera: penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, citra rasa dan perasaan yang dialami melalui penggunaan produk, pelayanan konsumen, lingkungan komersil dan komunikasi pemasaran, itu merupakan hasil dari setiap perusahaan yang dilakukan atau tidak dilakukan.	Kesan	▪ Tingkat kesan terhadap perusahaan	**ORDINAL**
		Kepercayaan	▪ Tingkat kepercayaan terhadap perusahaan	
		Sikap	▪ Tingkat sikap terhadap perusahaan	
Loyalitas mahasiswa (Y)	Fandy Tjiptono (2000:110) mengemukakan bahwa: Loyalitas Pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten	Melakukan pembelian secara teratur	Tingkat pembelian ulang	**ORDINAL**
		Membeli diluar lini produk/jasa	Tingkat pembelian diluar lini produk/jasa	
		Merekomendasikan kepada orang lain	Tingkat rekomendasi kepada orang lain	
		Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	Tingkat kesetiaan mahasiswa	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Penulis melakukan penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai objek yang akan diteliti, data tersebut dapat dikelompokkan kedalam dua jenis data :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan tertentu yang dibuat untuk itu. (Umi Narimawati 2007:76)

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data penunjang yang digunakan untuk mendukung penelitian, dalam penelitian ini meliputi informasi mengenai karakteristik organisasi, jumlah karyawan, data hasil evaluasi karyawan, penelitian terdahulu, serta materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data yang akan diteliti oleh penulis. (Umi Narimawati 2007:76)

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

   Menurut Sugiyono (2009:115) populasi adalah "Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

   Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jenjang S2, S1 dan D3 pada Universitas Komputer Indonesia.

2. Sampel

   Menurut Sugiyono (2009:389) sampel adalah "sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi pengamatan dalam penelitian".

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan slovin oleh Husein Umar (2005:78), pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

Rumus:

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

Dimana : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%).

Dengan menggunakan batas tingkat kesalahan 10%, maka ukuran sampel penelitian dapat dihitung sebagai berikut:

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

$$n = \frac{10399}{1+(10399)(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{10399}{104{,}99}$$

$$n = 100$$

Dari hasil perhitungan diatas dan perhitungan menggunakan *stratified random sampling* seperti tabel dibawah ini makadalam penelitian ini peneliti mengambil 114 orang sebagai sampelnya.

Tabel 3.3
Penentuan Stratified Random Sampling

No	Jurusan	Jenjang	Populasi	Sample
1	Teknik Informatika	S1	2393	25
2	Teknik Komputer	S1	446	5
3	Teknik Industri	S1	93	1
4	Teknik Arsitektur	S1	105	2
5	Sistem Informasi	S1	2335	24
6	Perencanaan Wilayah Kota	S1	71	1
7	Teknik Sipil	S1	46	1
8	Teknik Elektro	S1	138	2
9	Teknik Komputer	D3	82	1
10	Manajemen informatika	D3	245	3
11	Komputerisasi Akuntansi	D3	78	1
12	Akuntansi	S1	723	8
13	Manajemen	S1	575	6
14	Akuntansi	D3	128	2
15	Manajemen Pemasaran	D3	25	1
16	Keuangan Perbankan	D3	88	1
17	Hukum	S1	59	1
18	Pemerintahan	S1	135	2
19	Ilmu Komunikasi	S1	719	8

20	Desain Komunikasi Visual	S1	939	10
21	Desain Interior	S1	61	1
22	Desain Komunikasi Visual	D3	133	2
23	Public Relation	D3	25	1
24	Sastra inggris	S1	79	1
25	Sastra jepang	S1	36	1
26	Hubungan Internasional	S1	78	1
27	Magister Manajemen	S2	25	1
28	Magister Sistem Informasi	S2	94	1
Jumlah Sampel				114

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara bagaimana agar data yang diperlukan dalam penelitian dapat diperoleh. Berkaitan dengan hal tersebut maka metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah:

1. Observasi (pengamatan)

   Yaitu dilakukan dengan meninjau dan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti.

2. Dokumentasi

   Yaitu Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah yaitu teknik pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajasi buku, majalah, atau jurnal, home page/web site guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3. Angket *(Kuesioner)*

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab, berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada 114 responden tentang variabel nilai pelanggan, citra perusahaan, dan loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai data penelitian. Sebelum kuesioner atau instrument penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana alat ukur, dalam ini kuesioner mengukur apa yang hendak di ukur atau sejauh mana alat ukur yang di gunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukan apa yang seharusnya di ukur.

Menurut Sugiyono (2009:173)tentang validitas adalah:“Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.Uji

validitas dalam penelitian ini akan menggunakan korelasi pearson. Uji validitas ini perlu dilakukan guna mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas dimaksudkan sebagai ukuran seberapa cermat suatu uji melakukan fungsi sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Pengukuran ini digunakan karena penyusunan angket penelitian ini dilakukan dengan mendasarkan atas konstruksi teoritik masing-masing variabel penelitian. Kemudian dari variabel penelitian tersebut dicari indikatornya, selanjutnya dijabarkan pada setiap item dalam angket.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut :

$$r=\frac{n\sum XY-\sum X\sum Y}{\sqrt{\left(\sum X^2-(X)^2\right)\times\left(\sum Y^2-(Y)^2\right)}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

ΣX = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

ΣY = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

ΣXY = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

ΣX^n = Jumlah dari hasil pengamatan variabel X yang telah dikuadratkan

ΣY^n = Jumlah dari hasil pengamatan variabel Y yang telah dikuadratkan

Apabila *r* lebih besar atau sama dengan 0,30, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. tetapi apabila r_s lebih kecil dari 0,30, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel. Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

1. **Uji Validitas Nilai Pelanggan (X1)**

   Hasil pengujian validitas *instrument*nilai pelanggan dapat dilihat dari tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Nilai Pelanggan

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item Pernyataan 1	0.344	0.30	Valid
Item Pernyataan 2	0.435	0.30	Valid
Item Pernyataan 3	0.572	0.30	Valid
Item Pernyataan 4	0.654	0.30	Valid
Item Pernyataan 5	0.574	0.30	Valid
Item Pernyataan 6	0.495	0.30	Valid

Item Pernyataan 7	0.584	0.30	Valid
Item Pernyataan 8	0.672	0.30	Valid
Item Pernyataan 9	0.646	0.30	Valid
Item Pernyataan 10	0.662	0.30	Valid
Item Pernyataan 11	0.712	0.30	Valid
Item Pernyataan 12	0.312	0.30	Valid
Item Pernyataan 13	0.765	0.30	Valid
Item Pernyataan 14	0.624	0.30	Valid
Item Pernyataan 15	0.341	0.30	Valid
Item Pernyataan 16	0.415	0.30	Valid
Item Pernyataan 17	0.382	0.30	Valid

Sumber : Lampiran Data yang diolah 2012

Hasil pada tabel di atas menunjukan bahwa untuk 17 item pernyataan kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel nilai pelanggan diperoleh semua item memiliki nilai korelasi skor item pernyataan dengan total skor untuk variabel nilai pelanggan 0,3 Sehingga disimpulkan bahwa item pernyataan variabel nilai pelanggan yang digunakan *valid* dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya. Serta terdapat tiga item pernyataan yang memiliki koefisien validitas yang lebih kecil dari 0,3 sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut tidak layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

2. Uji Validitas Citra Perusahaan (X2)

Hasil pengujian validitas instrument citra perusahaan dapat dilihat dari tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel
Citra Perusahaan (X2)

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item Pernyataan 1	0.659	0.30	Valid
Item Pernyataan 2	0.655	0.30	Valid
Item Pernyataan 3	0.631	0.30	Valid
Item Pernyataan 4	0.739	0.30	Valid
Item Pernyataan 5	0.802	0.30	Valid

Sumber : Lampiran Data yang diolah 2012

Hasil pada tabel di atas menunjukan bahwa kelima item pernyataan kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel Citra Perusahaandiperoleh semua item memiliki nilai korelasi skor item pernyataan dengan total skor untuk variabel Citra Perusahaan 0,3. Sehingga disimpulkan bahwa item pernyataan variabel Citra Perusahaanyang digunakan *valid* dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya.

3. Uji Validitas Loyalitas Mahasiswa (Y)

Hasil pengujian validitas instrument loyalitas mahasiswadapat dilihat dari tabel 3.6 berikut ini:

Tabel 3.6
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel
Loyalitas Mahasiswa (Y)

Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item Pernyataan 1	0.584	0.30	Valid
Item Pernyataan 2	0.709	0.30	Valid
Item Pernyataan 3	0.698	0.30	Valid
Item Pernyataan 4	0.742	0.30	Valid

Sumber : Lampiran Data yang diolah 2012

Berdasarkan pada ketiga tabel di atas menunjukan bahwa kedelapan item pernyataan kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel Kinerja Usaha diperoleh semua item memiliki nilai korelasi skor item pernyataan dengan total skor untuk variabel Kinerja Usaha lebih dari 0,3. Sehingga disimpulkan bahwa item pernyataan variabel Kinerja Usaha yang digunakan *valid* dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:173) tentang reliabilitas adalah: “instrumen uamg reliabel adalah instrumen uang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman–Brown Correlation*) Tehnik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil).

Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II
2. Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

MenurutSugiyono (2010;122)menyatakanbahwarumus*spearman brown* adalahsebagaiberikut:

$$r_{xy} = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r_{xy}= Reliabilitasuntukseluruh instrument

r_b = Korelasi*product moment* antarbelahanganjildanbelahangenapdari instrument.

Untuk melihat handal atau tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan statistika yaiktu melalui koefisien *korelasi reliabilitas*. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan dinyatak handal.

Tabel 3.7
Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Criteria	Reliability	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker et al, 2002; 70

Adapun hasil perhitungan reliabilitas menggunakan *SPSS* yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.8
Rekapitulasi hasil uji reliabilitas kuesioner penelitian

Variabel	Indeks Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Nilai Pelanggan (X1)	0.769	0.60	Reliabel
Citra Perusahaan (X2)	0.732	0.60	Reliabel
Loyalitas Mahasiswa (Y)	0.614	0.60	Reliabel

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0,60 hasil ini menunjukkan bahwa butir kuesioner pada masing-masing variabel andal untuk mengukur variabelnya masing-masing.

3.2.4.3 Uji Msi (Method Succesive Intrernal)

Data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan perseolan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Method of successive interval"* (hays, 1969:39) dalam Umi Narimawati (2011:47)

Untuk langkah-langkah dalam melakukan transformasi data dari skala ordinal menjadi interval melalui Methode Succeive Internal (MSI) adalah sebagaiberikut:

a. Ambil data ordinal hasil kuesioner
b. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal
d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal
e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Methodof Succesive Interval*

$$Meansof Interval = \frac{(DensityatLowerLimit) - (DensityatUpperLimit)}{(AreaUnderUpperLimit) - (AreaUnderLowerLimit)}$$

Dimana:

Mean of Interval	: Rata-rata interval
Density at lower limit	: Kepadatan atas bawah
Density at upper limit	: Kepadatan batas atas
Area under upper limit	: Daerah dibawah atas
Area under lower limit	: Daerah dibawah atas bawah

f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus:

   Nilai transformasi = Nilai skala + [Nilai Skalaminimum] + 1.

3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dann membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriptif (kualitatif) dan Verifikatif (kuantitafif).

1. Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh nilai pelanggan dan citra perusahaan terhadap loyalias pelanggan.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternative jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban.
b. Dihitung total skor setiap variable/subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variable untuk semua jawaban responden.
c. Dihitung skor setiap variable/subvariabel = rata-rata dari total skor.

d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.

e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variable penelitian ini, digunakan tentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$\frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atau kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Penjelasan bobot nilai skor aktual dapat dilihat pada tabel 3.9 berikut:

Tabel 3.9
KriteriaPresentaseTanggapanResponden

No.	% Jumlah Skor	Tingkat kriteria
1	**20.00% - <36.00%**	Tidak Baik / Tidak Setuju
2	**36.01% - <52.00%**	Kurang Baik / Kurang Setuju
3	**52.01% - <68.00%**	Cukup Baik / Cukup Setuju
4	**68.01% - <84.00%**	Baik / Setuju
5	**84.01% - <100%**	Sangat Baik / Sangat Setuju

Sumber: Umi Narimawati (2008:85)

2. Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Metode verifikatif menurut Mashuri dalam Umi Narimawati (2010:29) menyatakan bahwa :"Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mangatasi masalah yang serupa."

Berdasarkan pengertian diatas yang dimaksud dengan metode verifikatif bertujuan untuk mengetahui kejelasan hubungan suatu variable (menguji hipotesis) melalui pengumpulan data lapangan.

1. Analisis Regresi Berganda

Menurut Menurut Asep Suryana Natawiria & Riduwan (2010:88) analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana, kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal 2 atau lebih.

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah NilaiMahasiswa (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas Mahasiswa (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2}$$

Dimana:

Y = Loyalitas Mahasiswa

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1 = Koefisien regresi dari variable X1, Nilai Mahasiswa

β_2= Koefisien regresi dari variable X2, Citra perusahaan

X_1= NilaiMahasiswa

X_2= Citra Perusahaan

2. Menghitung Koefisien Korelasi

Setelah data terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variable X dengan variaebel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product moment Method* atau dikenal dengan rumus *pearson* (Sugiyono, 2009:183), yaitu :

$$r_{X1Y} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\}\{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana : -1≤r≤+1

r = koefisien korelasi

X1, X2 = nilai ,citra perusahaan

Y = loyalitas mahasiswa

n = jumlah konsumen

Untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.10 dibawah ini :

Tabel 3.10
Pedoman untuk memberikan Interprestasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	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 : Sugiono (2009:250)

3. AnalisisDeterminasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari R^2=SSreg/SStot. Dalam hal ini ada dua analisis koefisien yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda and analisis koefisien determinasi parsial.

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel X_1 dan variable X_2 terhadap Y (Pengaruh nilai mahasiswa dan citra perusahaan terhadap loyalitas mahasiswa) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis

koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan : KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Dimana apabila :

Kd = 0, Berati pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah

Kd = 1, Berati pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidak hubungan signifikan dari pengaruh nilai dan citra perusahaan terhadap loyalitas mahasiswa. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1. Pengujian secara Simultan/Total

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{Regresi} / k}{JK_{(Residu)} / \{n - (k+1)\}}$$

Dimana :

JKRegresi = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan microsoft. Jika nilai Fhitung > Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (nilai mahasiswa dan citra perusahaan) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (loyalitas mahasiswa) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* dikenal dengan rumus *Pearson*.

b. Hipotesis Utama

Untuk menguji apakah variabel nilai mahasiswa dan citra perusahaansecara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas mahasiswa, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

H_{01}: $\mu = 0$, tidak terdapat pengaruh pengaruh nilai mahasiswa dan citra perusahaan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

H_{12} : $\mu \neq 0$,terdapat pengaruh pengaruh nilai mahasiswa dan citra perusahaan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

c. Kriteriapengujian :

H_0 ditolak apabila F_{hitung}>dari F_{tabel} (α=0,05)

Menurut Guilford (1956:480), bahwa tafsiran koefisien korelasi vaiabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

- Tafsiran koefisien korelasi yang dikategorikan menurut metode Guilford adalah sebagai berikut:

Tabel 3.11
Kategori korelasi menurut Guilford

Besarnya pengaruh	Bentuk hubungan
0,00-0,20	Sangat longgar, dapat diabaikan
0,21-0,40	**Rendah**
0,41-0,60	Moderat / Cukup
0,61-0,80	**Erat**
0,81-1,00	Sangat erat

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah ρyxi $\neq 0$. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol , maka dilakukan pengujian secara parsial.

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

r = Koefisien Korelasi Pearson

keputusan pengujian validitas instumen dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5%.

b. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini dapat diterjemahkan dalam hipotesis statistik berikut:

H1: Nilai mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Komputer Indonesia

H_{02}: μ = 0,nilai mahasiswa tidak berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

H_{12}: μ ≠0,nilai mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

H2: Citra Universitas Komputer Indonesia berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Komputer Indonesia

H_{03}: μ = 0,citra Universitas Komputer Indonesiatidak berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

H_{13}: μ ≠0,citra Universitas Komputer Indonesiaberpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Komputer Indonesia.

a. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung} < dari t_{tabel} (α = 0,05)

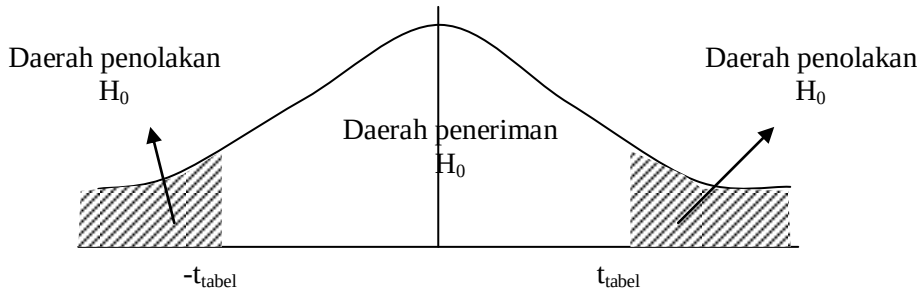
1. Kriteria Penarikan Pengujian

   Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{table}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Hoditerima artinya antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y ada hubungannya.

b. Jika $t_{hitung} \leq t_{table}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ho ditolak artinya antara variabel X_1 dan X_2 terhadap tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Gambar 3.1
Daerah penerimaan dan penolakan Hipotesis