BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Husein Umar (2004; 303), bahwa objek penelitian adalah sebagai berikut

" Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai variable bebas atau *independe*nt (X) sedangkan loyalitas pelanggan sebagai variable terkait atau *dependent* (Y).

Penelitian ini dilakukan di melakukan penelitian pada PT. Pos Indonesia divisi Pemasaran (persero) Cianjur, yang beralamat di Jalan Jenab No. 39 Cianjur 4321

Dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variable yang akan diteliti. Adapun variable tersebut adalah:

1. **Variable Independent (*independent variable*)**

   Variabel ini merupakan vaiable bebas atau mengpengaruhi variabel lain, di mana dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Kualitas pelayanan* sebagai bariabel bebas (X).

2. **Variabel Dependent (*dependent variable*)**

   Variabel ini merupakan variabel terkait oleh variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *Loyalitas Pelanggan* variabel (Y).

3.2. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknik atau cara untuk mencari, memperoleh, mengumpulkan, atau mencatat data, baik berupa data primer maupun skunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah atau penelitian ini. Dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahaan sehingga akan didapat suatu kebenaran atas data yang diperoleh. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode Survey Explanatory menurut Husein Umar (2002:76) Survey Explanatory yaitu:

"Suatu survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kasual antara 2 variabel melaui pengujian hipotsis, survey dilakukan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data".

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menguji hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas yakni Kualias Pelayanan dengan variabel terikat yakni Loyalitas Pelanggan. Sejalan dengan tujuan yang dilakukan penulis maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang mencari gambaran tentang sifat individu, keadaan gejala suatu objek dengan penjajakan mencari

masalah-masalah baru untuk mengisi kekurangan ilmu pengetahuan atau bersifat induktif.

Adapun ciri-ciri metode deskriptif :

1. Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan masalah-masalah yang aktual.
2. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, diolah, dijelaskan dan kemudian dianalisis.

Metode verifikatif adalah metode penelitian yang menguji ilmu pengetahuan yang masih diragukan kebenarannya. Mengumpulkan informasi mengenai fakta-fakta, gejala faktual dari sebagian populasi serta bertujuan untuk menetukan pengaruh antara variabel dengan menggunakan statistik.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengiriman Paket Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cianjur maka didapat dua variable, yaitu:

1. Variable Independent

   Variabel ini merupakan vaiable bebas atau mengpengaruhi variabel lain, di mana dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas Pelayanan sebagai bariabel bebas (X).

Variabel Dependent

2. Variabel ini merupakan variabel terkait oleh variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas Pelanggan variabel

(Y). Berdasarkan ruang lingkup permasalahaan yang telah dikemukakan diatas, maka variabel – variabel yang akan diteliti dan dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Skala Data
Kualiatas Pelayanan (X)	**Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (Lovelock**	**1. *Tangibles* : yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.** **2. *Reliability :* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanaan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan**	**1. Tingkat Penampilan karyawan.** **2. Tingkat keramahan karyawan.** **1. Tingkat keandalan menangani pelanggan.**	**Ordinal** **Ordinal** **Ordinal**

	2004).	**terpercaya.** 3. ***Responsiveness ;,*** **yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan memberikan informasi yang jelas.**	**1. Tingkat Kecepatan pelayanan.** **2. Tingkat Kesungguhan karyawan membantu.**	**Ordinal** **Ordinal**
		4. *Assurance:* yaitu pengetahuan, kesopansantunan , dan kemampuan karyawan perusahaan dalam menumbuhkan	**1. Tingkat Memberi rasa aman bertransaksi.**	**Ordinal**

		rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. **5. *Empathy:* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.**	**1. Tingkat Memberi perhatian pribadi.** **2. Tingkat Kenyamanan jam operasional.**	**Ordinal** **Ordinal**

Loyalitas Pelanggan (Y)	**" Loyalitas mengarah pada perilaku yang ditujukan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Karakteristik pembelian yang loyal menurut Jil Griffin (2005:31)**	**1. Melakukan pembelian secara teratur.** **2. Membeli diluar lini produk atau jasa.** **3. Merekomendasikan produk atau jasa.** **4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk atau jasa sejenis**	**a. Tingkat melakukan pembelian secara teratur.** **b. Tingkat membeli diluar lini produk atau jasa.** **c. Tingkat merekomendasikan produk atau jasa lain.** **d. Tingkat menunjukan kekebalan dari daya tarik produk atau jasa sejenis dari pesaing.**	**Ordinal** **Ordinal** **Ordinal** **Ordinal**

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

3.2.3 Metode Penarikan Sample

Dalam melakukan penarikan sampel penelitian, penulis menggunakan metode-metode yang akan diuraikan sebagai berikut:

Jumlah Responden Pengiriman Paket Pada PT. Pos Indonesia Cianjur Tahun 2009

Tabel 3.2

BULAN	PAKET BIASA	BERAT PAKET (KG)
JANUARI	280	2.493
FEBUARI	255	1.517
MARET	350	2.361
APRIL	1.380	15.244
MEI	650	4.294
JUNI	300	3.252
JULI	375	3.289
AGUSTUS	510	5.262
SEPTEMBER	800	2.327
OKTOBER	250	2.183
NOVEMBER	500	3.021
DESEMBER	210	2652

Berdasarkan jumlah populasi di atas keseluruhan yaitu 6160 responden dalam satu tahun.

3.2.3.1. Populasi

Adapun populasi menurut Sugiyono dalam bukunya "Metode Penelitian Bisnis" sebagai berikut:

"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakateristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". (2000:55).

3.2.3.2. Sampel

Sampel adalah dari sejumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut **(Sugiyono,2000;57).** Jenis sampel yang akan digunkan adalah *sampel random sampling*, dengan menggunkan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel, Sehingga :

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

$$n = \frac{6160}{(1+6160(0,01)^2}$$

$$n = \frac{6160}{(65,5)} = 99,6$$

$N = 100$

Dengan hasil demikian, dari hasil perhitungan diatas diperoleh ukuran sampel minimal terendah 99.6 untuk lebih akurat pengambilan sampel agar mewakili populasi dibulatkan menjadi 100 sehingga sampel menjadi representatif.

3.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber-sumber pertama baik individu maupun kelompok. Sedangkan data sekunder adaah data yang diperoleh secara tidak langsung atau data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain.

Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada responden yang melakukan transaksi di Rabbani dipati Ukur Bandung, sedangkan data sekunder diperoleh melalui informasi dari perusahaan mengenai gambaran perusahaan serta informasi lain yang dapat mendukung penelitian ini.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh hasil penelitian, maka diperlukan informasi yang akan mendukung penelitian ini. Oleh karena itu, penulis menggunakan teknik dalam prosedur pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, pengumpulan data melalui tatap muka dan Tanya jawab langsung antara pewawancara (pengumpul data) dengan responden (sumber data).
2. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.
3. Observasi, dilakukan terhadap sumber data yang sesuai dengan unit observasi/analis yang telah disebutkan.

3.2.5.1 Analisis Data

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selajutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nialai (*Scorring)* sesuai dengan sistem yang diterapkan. Scorring dilakukan dengan menggunakan skala Likert 5-4-3-2-1.

1. **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan pendekatan korelasional yaitu menghitung korelasi skor item dengan skor total variabel. Angka yang dipergunakan sebagai pembanding untuk melihat valid tidaknya suatu item adalah 0,3. Item yang memiliki korelasi diatas 0,3 dikategorikan item valid.

Unutk menghitung nilai validitas item 1 dengan total skor X data perhitungan adalahsebagai berikut :

Nilai korelasi dalam menentukan validitas menggunakan rumus berikut:

$$r_{YX} = \frac{n\sum_{i=1}^{n} X_i Y_i - \sum_{i=1}^{n} X_i \sum_{i=1}^{n} Y_i}{\sqrt{\left[\left(n\sum_{i=1}^{n} X_i{}^2 - \left(\sum_{i=1}^{n} X_i\right)^2\right)\left(n\sum_{i=1}^{n} Y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^{n} Y_i\right)^2\right)\right]}}$$

Untuk perhitungan korelasi menggunakan rumus di atas, diperlukan data berikut :

$$\sum X_i = 366{,}521 \qquad \sum Y_i = 2656{,}862$$

$$\sum X_i^2 = 1424{,}686 \qquad \sum Y_i^2 = 73576{,}465 \quad \sum X_i Y_i = 10114{,}146$$

Menggunakan nilai-nilai di atas, selanjutnya diperoleh koefisien korelasi berikut:

$$\mathrm{r_{xy}} = \frac{100 \times 10114{,}146 \; - \; 366{,}521 \times 2656{,}862}{\sqrt{100 \times 1424{,}686 - \; 366{,}521 \;^2 \; \times \; 100 \times 73576{,}465 - \; 2656{,}862 \;^2}}$$

$$\mathrm{r_{xy}} = \frac{1011414{,}6 - 973796{,}841}{\sqrt{142468{,}6 - 134337{,}953 \; \times \; 7357646{,}5 - 7058915{,}728}}$$

$$\mathrm{r_{xy}} = \frac{37617{,}799}{\sqrt{8130{,}677 \times 298730{,}785}}$$

$$r_{YX} = 0{,}763$$

Hasil perhitungan dengan SPSS untuk uji validitas untuk setiap butir kuesioner dari variabel Kualitas pelayanan dan Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian X

Variabel Kualitas pelayanan

No Pernyataan Kuesioner	Nilai Korelasi	Nilai Batas	Keterangan,
x1	0.763	0.3	Valid
x2	0.812	0.3	Valid
x3	0.860	0.3	Valid
x4	0.847	0.3	Valid
x5	0.807	0.3	Valid
x6	0.710	0.3	Valid
x7	0.701	0.3	Valid
x8	0.663	0.3	Valid

Sumber : Lampiran Data yang diolah 2011

Hasil pada tabel di atas menunjukan bahwa untuk semua item diperoleh nilai korelasi skor item pernyataan untuk variabel Kualitas pelayanan dengan total skor lebih dari 0,3 sehingga disimpulkan bahwa item pernyataan variabel Kualitas pelayanan yang digunakan valid dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Y

Variabel Loyalitas pelanggan

No Pernyataan Kuesioner	Nilai Korelasi	Nilai Batas	Keterangan,
y1	0.817	0,3	Valid
y2	0.868	0,3	Valid
y3	0.831	0,3	Valid
y4	0.708	0,3	Valid

Sumber : Lampiran Data yang diolah 2011

Hasil pada tabel di atas menunjukan bahwa nilai korelasi skor setiap item pernyataan untuk variabel Loyalitas pelanggan dengan total skor yang diperoleh lebih besar dari 0,3 sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang

digunakan untuk variabel Loyalitas pelanggan valid dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya.

2. **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, dan hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama.

Unutk menghitung nilai reliabilitas variabel X digunakan data jumlah item ganjil dan item nomor genap dari variabel X sebagai berikut :

Berdasarkan data tersebut dihitung nilai korelasi. Hasil uji reliabilitas untuk variabel X (Kualitas pelayanan) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.828
		N of Items	4[a]
	Part 2	Value	.797
		N of Items	4[b]
		Total N of Items	8
		Correlation Between Forms	.856
Spearman-Brown Coefficient		Equal Length	.923
		Unequal Length	.923
		Guttman Split-Half Coefficient	.922

a. The items are: x1, x3, x5, x7.

b. The items are: x2, x4, x6, x8.

Dari tabel diatas diperleh r_b= 0,856, kemudian dimasukan dalam rumus *spearman brown*, dan perhitungannya sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2.r_b}{1+r_b}$$

$$r_i = \frac{2 \times 0,856}{1+0,856}$$

$$r_i = \frac{1,712}{1,856}$$

$$r_i = 0,923$$

Hasil r_{hitung} (0,923) > 0,7 maka disimpulkan antara variabel X (Kualitas pelayanan) dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

Unutk menghitung nilai reliabilitas variabel Y digunakan data jumlah item ganjil dan item nomor genap dari variabel Y sebagai berikut :

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas pelanggan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.697
		N of Items	2[a]
	Part 2	Value	.587
		N of Items	2[b]
		Total N of Items	4
		Correlation Between Forms	.760
Spearman-Brown Coefficient		Equal Length	.864
		Unequal Length	.864
		Guttman Split-Half Coefficient	.863

a. The items are: y1, y3.

b. The items are: y2, y4.

Dari tabel diatas diperleh r_b= 0,760, kemudian dimasukan dalam rumus *spearman brown*, dan perhitungannya sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2.r_b}{1+r_b}$$

$$r_i = \frac{2 \times 0,760}{1+0,760}$$

$$r_i = \frac{1,520}{1,760}$$

$$r_i = 0,864$$

Hasil r_{hitung} (0,864) > 0,7 maka disimpulkan antara variabel Y (Loyalitas pelanggan) dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap semua item dalam penelitian ini menunjukan bahwa semua item penelitian dapat dikatakan reliabel (nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7), dengan demikian dapat digunakan sebagai instrumen dalam mengukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini.

3.2.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.6.1 Rancangan Analisis

Pada proses pengolahan hasil data penelitian, maka perlu pengujian kualitas data sebelum diolah dan dianalisis . Adapun konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu : validitas dan realibilitas, artinya suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bisa jika datanya kurang realibel dan kurang valid, sedangkan kualitas data penelitian ditentukan oleh kualitas instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data.

1. Analisis Deskriptif

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif suatu metode yang dilalkukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian untuk selanjutnya analisis ini adalah menjawab bagaimana penelitian Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cianjur. Dimana penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang dilakukan terhadap variable mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan, atau menggabungkan dengan variable lain. Dalam menganalisis secara deskriptif digunakan dalam bentuk table bentuk jumal dan persentase.

Untuk pengkategorian tanggapan responden, dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju yaitu : untuk menetukan kategori tinggi, sedang, rendah terlebih dahulu harus menetukan nilai indeks minimum, maksimum dan intervalnya dan jarak intervalnya. Sebagai berikut di jelaskan (Redi Panuju : 2004)

1. Nilai indeks minimum : skor terendah dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks minimum dengan indeks maksimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi dengan jumlah jenjang yang diinginkan.

Adapun perhitungannya sebagai berikut :

- Skor minimum dalam presentase

$$= \frac{\text{skor minimum}}{\text{skor maximum}} \times 100\% = \frac{1}{5} \times 100\% = 20\%$$

Skor Maximum dalam presentase

$$= \frac{\text{skor maximum}}{\text{skor maximum}} \times 100\% = \frac{5}{5} \times 100\% = 100\%$$

- Interval dalam presentase

= skor max – skor min = 100% - 20% = 80%

- Jarak interval dalam presentase

$$= \frac{\text{Interval}}{\text{Jenjang}} = \frac{80}{5} = 16\%$$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing ukuran penelitian adalah sebagai berikut

Pengkategorian Skor Jawaban

Tabel. 3.7

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36%	• Sangat Tidak baik
• 36% - < 52%	• Tidak Baik
• 52% - < 68%	• Cukup Baik
• 68% - < 84%	• Baik
• 84% - < 100%	• Sangat Baik

Kesimpulan penelitian yang berupa jawaban atau pemecahan masalah penelitian, pengumpulan data dan analisis data, oleh karena itu tergantung pada kualitas data yang di analisis dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

2.Analisis Kuantitatif

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jenis kuisioner yang digunakan adalah kuisioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan *skala likert* dengan langkah-langkah : yaitu , memberikan nilai pemboboton 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif.

Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternatif jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*" (*hays*, 1969:39). Dengan rumus sebagai berikut :

$$Means\ of\ \ Interval\ \ = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit) - (Area\ below\ lower\ limit)}$$

Dimana :

Density at lower limit : Kepadatan Batas Bawah

Density at Upper limit : Kepadatan Batas Atas

Area Under Upper Limit : Daerah di Bawah Batas Atas

Area Under Lower Limit : Daerah di Bawah Batas Bawah

3) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi adalah suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel *independent* (X) dan variabel *dependent* (Y) dan sekaligus untuk menentukan nilai ramalan atau dugaannya.

Analisis regresi sederhana digunakan peneliti dengan maksud untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap Loyalitas pelanggan(Y).

Persamaan yang menyatakan bentuk hubungan antara variabel *independent* (X) dan variabel *dependent* (Y) disebut dengan persamaan regresi. Menurut Suharyadi dan Purwanto (2004;470), mengatakan bahwa pengertian persamaan regresi adalah sebagai berikut: "Persamaan regresi adalah suatu persamaan matematika yang mendefinisikan hubungan antara dua variabel".Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini menurut Husein Umar (2004;114), adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel dependen, dalam hal ini adalah Kualitas Pelayanan

X = Variabel independen, dalam hal ini adalah Loyalitas Pelanggan.

a = satuan bilangan yang merupakan nilaiY jika X=0/konstanta

b = koefisien regresi

untuk mengetahui nilai a dan b dapat digunakan *least square methode* (metode kuadrat kecil) yaitu metode pendekatan matematis yang digunakan untuk menghitung garis regresi yang unik melalui serangkaian titik-titik data tertentu yang ada. Rumusnya menurut Sugiyono (2008;272) adalah sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Dimana:

n = jumlah dari sampel.

Y= Variabel Terikat

X= Variabel Bebas

4) Analisis koefisien korelasi *Pearson product moment*

Koefisien korelasi *Pearson product moment* digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat atau untuk menguji signifikasi antara pengaruh kualitas pelayanan jasa pengiriman

paket terhadap loyalitas pelanggan. Rumus yang digunakan Menurut Sugiyono (2008;248) adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

r = Koefisien korelasi

x = Variabel bebas (independen)

y = Variabel terikat (Dependen)

n = Jumlah sampel

Untuk mengetahui keeratan atau derajat asosiasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, maka menurut Sugiyono (2008;250) hubungannya akan terinci dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.8

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 : Sugiyono (2008;250)

5) Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (r^2) adalah untuk menafsirkan signifikasi koefisien korelasi yang dinyatakan dalam persen (%) variasi yang terjadi dalam variabel disebabkan oleh variasi yang terjadi dalam variabel X. adapun rumus koefisien determinasi adalah :

$$KD = r^2 \times 100\%.$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

3.2.6.2 Uji Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah mengenai data ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel-variabel yang diteliti, dimana hipotesis nol (Ho) merupakan hipotesis tentang tidak adanya pengaruh, yang pada umumnya dirumuskan untuk ditolak, sedangkan hipotesis tandingn (H_1) merupakan hipotesis penelitian.

Untuk menguji hipotesis yang penulis kemukakan, maka dilakukan uji signifikan t dengan rumus dibawah ini :

Menurut Sugiyono (2004:377) rumus uji signifikasi korelasi adalah sebagai berikut :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ dengan dk = n-2}$$

Dimana : t = nilai signifikasi

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah atau objek (responden) yang diamati dengan tingkat keyakinan 95 % pada tingkat signifikan 10 % dan derajat kebebasan n-2.

Penentuan ada tidaknya hubungan didasarkan pada ketentuan sebagai berikut :

Ho : $\rho = 0$ artinya tidak ada pengaruh pelaksana kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

H1 : ρ = 0 artinya ada pengaruh antara pelaksanaan kualitas pelayanan terhadap loyalias pelanggan.

ρ = nilai korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan.

Untuk mengetahui apakah Ho diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

Jika t hitung > t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = ditolak, H1 diterima

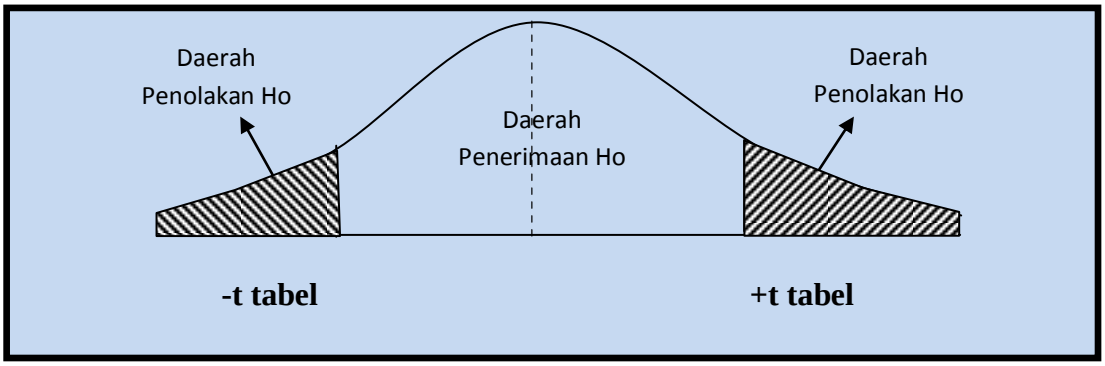
Jika t hitung < t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = diterima, H1 ditolak

Dimana :

1. Dengan tingkat signifikasi (α) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) = n-2

Dalam gambar ini akan terlihat daerah penerimaan dan daerah penolakan hipotesis Ho.

Kurva Uji t



Sumber : Sugiyono (2004:161)

Gambar 3.1

Daerah Penetapan Uji Hipotesis

Dari hasil perhitungan di atas dapat terlihat bahwa *t* hitung jatuh di daerah penolakan, maka H1 di terima artinya ada pengaruhnya yang signifikasi antara pelaksanaan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan pengiriman paket di PT. Pos Indonesia Cianjur. Berarti semakin baik pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan akan memberikan pengaruh yang baik pulrhadap loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia Cianjur.