BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pengertian dari objek penelitian menurut Sugiyono (2011:32) adalah sebagai berikut : "Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan". Sedangkan menurut Suharsmi Arikunto (2006:29) adalah sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Penelitian ini di lakukan pada Bus Damri rute Kota Baru Parahyangan-Alun-alun. Sasaran pengamatan difokuskan pada dan bagaimana karyawan berkomunikasi secara personal pada saat jasa di berikan dan kondisi *servicescape* (lingkungan fisik) bus damri serta loyalitas pelanggan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh gambaran tentang kualitas komunikasi personal dan *servicescape* terhadap loyalitas pelanggan menggunakan jasa transportasi Bus Damri. Sehubungan dengan hal tersebut maka dalam pelaksanaan penelitian ini jenis dan bentuk yang digunakan deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitan menurut Sugiyono (2009:4) adalah sebagai berikut : "Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah".

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) adalah sebagai berikut:

> "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) adalah sebagai berikut:

> "Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah

dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan"

Metode deskriptif digunakan untuk bertujuan memperoleh gambaran tentang ciri-ciri variabel. Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Melihat jenis dan bentuk penelitian adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang di laksanakan adalah survey. Metode survey yaitu pengumpulan data yang dilakukan terhadap suatu objek dilapangan dengan mengambil sempel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok (Masri dan Sopian, 1989:5).

3.2.2 Desain Penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Desain penelitian menurut Nur Indrianto dan Supomo Bambang (2002:249) adalah sebagai berikut :

"Desain Penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data."

Menurut Sugiyono (2009:13) menjelaskan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

Proses penelitian meliputi :

1. Sumber masalah

2. Rumusan masalah

3. Konsep dan teori yang relevan

4. Pengajuan hipotesis

5. Metode penelitian

6. Menyusun instrument penelitian

7. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan proses penelitian diatas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1**. Sumber Masalah**

Peneliti melakukan *survey* awal untuk menentukan fenomena yang terjadi di dalam perusahaan untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

2. Rumusan Masalah

Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Komunikasi Personal Bus Damri rute Kota Baru Parahyangan –Alun-Alun menurut pelanggan.
2. Bagaimana *Serviceescape* Bus Damri rute Kota Baru Parahyangan –Alun-Alun menurut pelanggan.
3. Bagaimanakah tentang Loyalitas Pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi Bus Damri rute Kota Baru Parahyangan –Alun-Alun.

4. Sejauh manakah pengaruh Kualitas Komunikasi Personal dan *Servicescape* terhadap Loyalitas Pelanggan menggunakan jasa transportasi Bus Damri rute Kota Baru Parahyangan –Alun-Alun secara parsial.

3. Konsep dan Teori yang relevan

Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data teoritis yang relevan atau dalam penelitian sebelumnya dengan tema yang sama untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan sementara.

4. Pengajuan Hipotesis

Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara *empiris* (*factual*) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah Kualitas Komunikasi Personal dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan menggunkan jasa transportasi Bus Damri rute Kota Baru Parahyangan-Alun-alun secara parsial.

5. Metodologi Penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriprif dan verifikatif.

6. Menyusun Instrument Penelitian

Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data. instrument pada penelitian ini berbentuk data yang didapatkan dari data yang diterima dari data kuesioner pelanggan bus damri rute Kota Baru Parahyangan-Alun-alun yang

termasuk kedalam penelitian. Teknik yang digunakan untuk menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh menjadi urutan data kuantitatif adalah dengan menggunakan *Skala Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

7. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah.

Berdasarkan penjelasan di atas, 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	Deskriptif	Descriptive Survey	Pelanggan Bus Damri Kota Baru Parahyangan-Alun-Alun	*Cross Sectional*
T-2	Deskriptif	Descriptive Survey	Pelanggan Bus Damri Kota Baru Parahyangan-Alun-Alun	*Cross Sectional*
T-3	Deskriptif	Descriptive Survey	Pelanggan Bus Damri Kota Baru Parahyangan-Alun-Alun	*Cross Sectional*
T-4	Deskriptif	Descriptive Survey	Pelanggan Bus Damri Kota Baru Parahyangan-Alun-Alun	*Cross Sectional*

3.2.3 Operasional Variabel

Menurut Nur Indriantoro (2002:69) definisi operasional variabel menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoprasionalisasikan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replika pengukuran dengan cara sama atau mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik. Operasional variabel yaitu memecah variabel-variabel yang terkandung dalam masalah tersebut di atas menjadi bagian-bagian paling kecil, sehingga dapat diketahui klasifikasi ukurannya.

Variabel penelitian ini di bagi menjadi dua jenis yaitu variabel bebas (*independent*), variabel terikat (*dependent*).

Menurut Narimawati Umi (2008:30) pengertian operasional variabel adalah sebagai berikut:

> "Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor".

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu Kualitas Komunikasi Personal dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Jasa Trasnportasi Bus Damri (studi kasus bus damri rute Kota Baru Parahyangan-Alun-Alun), maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X1) dalam penelitian ini adalah Kualitas Komunikasi Personal.
2. Variabel Independen (X2) adalah *Servicescape*.
3. Variabel Dependen (Y2) Variabel dependen adalah variabel terkait yang dipengaruhi atau mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan.

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam tabel operasional di bawah ini

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	No. Kuesioner	Skala	Sumber
Kualitas Komunikasi Personal (X1)	Kualitas komunikasi secara operasional di definisikan sebagai tingkat dimana isi komunikasi dapat diterima dan dipahami oleh pihak lain yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut Sengupta dan Pusateri yang di kutip Musriha (2009:250)	*1.Dimensi Personal Communication* *Excellent Communication* -Komunikasi yang sangat baik *Provider superior information through its communication* -Memberikan informasi yang unggul *Accuracy Communication* -Komunikasi akurat *Easy Communication* -Komunkasi Mudah	 Tingkat kesesuaian komunikasi yang sangat baik Tingkat kesesuaian memberikan informasi yang unggul Tingkat kesesuaian komunikasi yang akurat Tingkat kemudahan berkomunikasi	 1,2 3,4 5,6 7,8	 ORDINAL ORDINAL	**PELANGGAN BUS DAMRI**

Servicescape (X2)	Servicescape merupakan kesan-kesan yang di ciptakan pada pancaindra oleh perancangan lingkungan fisik tempat jasa diserahkan" Lovelock dan Wirtz (2004:354)	*1.Ambient Dimention* -Kebersihan -Temperatur udara -Pencahayaan	Tingkat Kebersihan Bus Tingkat kesesuaian temperature suhu udara dalam bus Tingkat kesesuaian pencahayaan dalam bus	9 10 11	ORDINAL	**RUTE KOTA BARU PARAHYANGAN ALUN-ALUN**
		2.Social Dimention -Suka menolong -Keramahan karyawan	Tingkat kesesuaian suka menolong karyawan Tingkat kesesuaian keramahan karyawan	12 13,14		
		- Kebersahabatan konsumen -Konsumen bekerja sama	Tingkat kesesuaian kebersahabatan konsumen Tingkat kesesuaian konsumen bekerja sama	15 16		
		3.Design Dimention **-komponen estetika** -Pengaturan interior yang memuaskan	Tingkat kesesuaian pengaturan interior yang memuaska	17	ORDINAL	
		-komponen fungsional -Fasilitas memuaskan -Desain yang baik	Tingkat kepuasan fasilitas Tingkat kesesuaian desain yang baik	18 19		

Loyalitas Pelanggan (Y1)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen sangat diadakan untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau layanan pilihan di masa depan. Kotler and Keller (2006:251)	*1. Makes regular repeat purchase* (Melakukan pembelian berulang secara teratur)	Tingkat kesetian dalam melakukan pembelian	20	ORDINAL	**BANDUNG**
		2. Purchases across product and service lines (Membeli di luar lini produk dan jasa)	Tingkat membeli di luar lini dan jasa	21		
		3.Refers other (Mereferensikan kepada orang lain)	Tingkat mereferensikan kepada orang lain	22		
		4. Demonstrates an immunity to the full of the competition (Menunjukan kekebalan terhadap daya tarik dari pesaing)	Tingkat ketahanan terhadap pengaruh daya tarik pesaing	23	ORDINAL	

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah ordinal. Pengertian dari skala ordinal menurut Sugiyono (2009 : 98) adalah sebagai berikut:

"Skala ordinal, adalah skala yang berjenjang dimana sesuatu lebih atau kurang dari yang lain. Data yang diperoleh dari pengukuran dengan skala ini disebut dengan data ordinal yaitu data yang berjenjang jarak antara satu data dengan yang lain tidak sama."

Dari pengertian diatas tujuan dari penggunaan skala ordinal adalah memperoleh informasi berupa nilai pada jawaban. Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuisioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala *likert*.

Menurut Sugiyono (2009 :73) skala *likert* adalah sebagai berikut :

"Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial."

Untuk setiap pilihan jawaban yang diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan positif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Pilihan Jawaban Kuesioner Positif

Keterangan	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2011

Sedangkan atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan negatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4

Pilihan Jawaban Kuesioner Negatif

Jawaban Responden	SKOR
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	5

Sumber : Sugiyono, 2011

3.2.4 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.4.1 Sumber Data

Terdapat dua jenis sumber data dalam penelitian yaitu sumber data primer dan skunder. Menurut Sogiyono (2009:137) data primer adalah: "Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data". Menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti. Sedangkan data sekunder Menurut Sugiyono (2005 : 62), data sekunder adalah "data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen". Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan – catatan yang berhubungan dengan penelitian serta jurnal hasil penelitian sebelumnya, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dimana data yang diperoleh penulis merupakan data yang diperoleh secara langsung, dengan mengadakan penelitian dan kuesioner. Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

3.2.4.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian,maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Umi Narimawati (2008:161), adalah: "Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian".

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Pelanggan bus damri rute Kota Baru Parahyangan-Alun-alun. Dengan demikian maka populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa transportasi bus damri rute Kota Baru Parahyangan-Alun-alun, Besarnya populasi dalam penelitian ini di ambil rata-rata setiap harinya penumpang bus damri rute Kota Baru Parahyangan-Alun-alun sebanyak 1156 penumpang (sumber : perum damri cabang bandung).

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2008:74) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, meskipun jumlah sempel relatif kecil tetapi harus dapat mewakili ciri-ciri dan sifat-sifat keseluruhan populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *simple random sampling*. Simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2009:82)

Dalam penelitian ini penulis mengambil anggota sempel dari populasi dengan menggunkan rumus :

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

Jika penelitian menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui. Berikut ini adalah jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian:

$$\mathrm{n} = \frac{1156}{1 + 1156(0.1)^2}$$

$$\mathrm{n} = \frac{1156}{12.56} = 92$$

Sampel dari penelitian ini adalah mengambil sempel secara acak dalam populasi yang disebut *simple random sampling*. sampel secara acak pada pelanggan pengguna bus damri rute Kota Baru Parahyangan-Alun-alun dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan di bulatkan menjadi 100 orang pelanggan.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

3.2.5.1 Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu :

1. Data Primer, yaitu merupakan data informasi yang diperoleh pengamatan langsung pada pelanggan yang menjadi objek penelitian.
2. Data Skunder, yaitu merupakan data yang di peroleh dari perusahaan, buku-buku, laporan-laporan ilmiah.

Data-data primer dalam penelitian ini didapatkan dengan cara :

1. Kuesioner, dengan membagikan angket kepada pelanggan perum damri rute kotabaru parahyangan-alun-alun.
2. Wawancara, yaitu dengan melakukan Tanya jawab kepada pihak yang terkait dengan perusahaan.

Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan (*LibraryResearch*) yaitu untuk memperoleh data dengan cara membaca jurnal dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.
2. Studi Lapangan (*Field Research*) yaitu dengan mencari dan memperoleh data dari perusahaan yang penulis teliti dengan cara :
   a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung dilapangan.
   b. Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab pihak-pihak yang mempunyai kaitan langsung dengan objek yang diteliti.
   c. Kuesioner, yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden.

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah

analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

Untuk menilai kuesioner apakah valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.5.2 Pengujian Instrumen

Data yang diperoleh dari responden melalui pengisian daftar kuesioner yang dilakukan sebelum di analisis, terlebih dahulu diuji dengan menggunakan :

3.2.5.2.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data menurut Sugiyono (2009:121) menjelaskan mengenai validitas adalah sebagai berikut :

> "Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur".

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel Kualitas Komunikasi Personal (X1), *Servicescape* (X2) dan Loyalitas Pelanggan (Y).

Tabel 3.5

Standar Penilaian Untuk Validitas

	Validity
Good	**0,50**
Acceptable	**0,30**
Marginal	**0,20**
Poor	**0,10**

Sumber : Barker et al, 2002:70

Secara teknis validitas tidaknya suatu butir pernyataan dinilai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden di ukur menggunakan koefisien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyatan lainnya. Adapun perhitungannya menggunakan rumus koefisien korelasi *product moment* dari Karl Pearson, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{\mathbf{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}}{\mathbf{2a\sqrt{[N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2][N\Sigma x^2 - (\Sigma y)^2}}}$$

Butir pernyataan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30.

1) Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Komunikasi Personal

Kuesioner penelitian Kualitas Komunikasi Personal terdiri atas 8 item pernyataan. Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor Kualitas Komunikasi Personal dapat dilihat dalam Tabel 3.6 berikut :

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas Kualitas Komunikasi Personal

Item Pernyataan	Korelasi	Nilai Batas	Kesimpulan
1	0,782	0,3	Valid
2	0,706	0,3	Valid
3	0,723	0,3	Valid
4	0,766	0,3	Valid
5	0,740	0,3	Valid
6	0,706	0,3	Valid
7	0,755	0,3	Valid
8	0,789	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Hasil pengujian validitas item kuesioner menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam Kualitas Komunikasi Personal memiliki nilai korelasi di atas 0,3 sebagai nilai batas suatu item kuesioner penelitian dikatakan dapat digunakan (dapat diterima) berdasarkan kriteria yang ditetapkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner Kualitas Komunikasi Personal valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

2) Hasil Uji Validitas Kuesioner Servicescape

Kuesioner penelitian Servicescape terdiri atas 11 item pernyataan. Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor Servicescape dapat dilihat dalam Tabel 3.7 berikut :

Tabel 3.7

Hasil Uji Validitas Servicescape

	Tingkat Kepentingan			Tingkat Kinerja		
Item Pernyataan	Korelasi	Nilai Batas	Kesimpulan	Korelasi	Nilai Batas	Kesimpulan
1	0,874	0,3	Valid	0,759	0,3	Valid
2	0,887	0,3	Valid	0,866	0,3	Valid
3	0,746	0,3	Valid	0,782	0,3	Valid

4	0,844	0,3	Valid	0,863	0,3	Valid
5	0,745	0,3	Valid	0,683	0,3	Valid
6	0,617	0,3	Valid	0,848	0,3	Valid
7	0,846	0,3	Valid	0,579	0,3	Valid
8	0,922	0,3	Valid	0,682	0,3	Valid
9	0,679	0,3	Valid	0,849	0,3	Valid
10	0,899	0,3	Valid	0,816	0,3	Valid
11	0,829	0,3	Valid	0,873	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Hasil pengujian validitas item kuesioner menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam Servicescape untuk data tingkat kepentingan dan data tingkat kinerja memiliki nilai korelasi di atas 0,3 sebagai nilai batas suatu item kuesioner penelitian dikatakan dapat digunakan (dapat diterima) berdasarkan kriteria yang ditetapkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner Servicescape valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

3) Hasil Uji Validitas Kuesioner Loyalitas Pelanggan

Kuesioner penelitian Loyalitas Pelanggan terdiri atas 4 item pernyataan. Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor Loyalitas Pelanggan dapat dilihat dalam Tabel 4.8 berikut :

Tabel 3.8

Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

Item Pernyataan	Korelasi	Nilai Batas	Kesimpulan
1	0,734	0,300	Valid
2	0,745	0,300	Valid
3	0,729	0,300	Valid
4	0,761	0,300	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2014

Hasil pengujian validitas item kuesioner menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam Loyalitas Pelanggan memiliki nilai korelasi di atas 0,3 sebagai

nilai batas suatu item kuesioner penelitian dikatakan dapat digunakan (dapat diterima) berdasarkan kriteria yang ditetapkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner Loyalitas Pelanggan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

3.2.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3), reliabiltas adalah : "Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu". Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman-Brown Correlation)* Teknik 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 :

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.

b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.

c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.

$$\frac{2\,\Gamma b}{1+\Gamma b}$$

Sumber : Umi Narimawati (2008:44)

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

$$\Gamma 1 = \frac{2\Gamma_b}{1+\Gamma_b}$$

Sumber : Umi Narimawati, (200844)

Dimana

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

Γ*b* = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 3.9

Standar Penilaian Untuk Reabilitas

	Reability
Good	**0,80**
Acceptable	**0,70**
Marginal	**0,60**
Poor	**0,50**

Selain valid, alat ukur juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulangkali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak beberda jauh). Untuk melihat andal

tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel). Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode *Split-Half* dari *Spearman Brown* diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

1) Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Komunikasi Personal

Tabel 3.10

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Komunikasi Personal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,799
		N of Items	4[a]
	Part 2	Value	,789
		N of Items	4[b]
	Total N of Items		8
Correlation Between Forms			,801
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,889
	Unequal Length		,889
Guttman Split-Half Coefficient			,889

a. The items are: 1, 3, 5, 7.
b. The items are: 2, 4, 6, 8.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Hasil koefisien reliabilitas yang diperoleh untuk variabel Kualitas Komunikasi Personal sebesar 0,889 lebih besar dari 0,7 sebagai nilai batas suatu instrumen penelitian dikatakan dapat digunakan.

Hasil uji validitas semua pernyataan Kualitas Komunikasi Personal valid dan reliabel, yang berarti bahwa data penelitian Kualitas Komunikasi Personal yang diperoleh dari instrumen yang digunakan layak digunakan mengetahui dan menguji permasalahan yang diteliti.

2) Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner *Servicescape*

Tabel 3.11

Hasil Uji Reliabilitas *Servicescape* (Tingkat Kepentingan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,883
		N of Items	6[a]
	Part 2	Value	,901
		N of Items	5[b]
	Total N of Items		11
Correlation Between Forms			,914
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,955
	Unequal Length		,956
Guttman Split-Half Coefficient			,955

a. The items are: KEP1, KEP3, KEP5, KEP7, KEP9, KEP11.
b. The items are: KEP11, KEP2, KEP4, KEP6, KEP8, KEP10.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Hasil koefisien reliabilitas yang diperoleh untuk variabel Servicescape tingkat kepentingan sebesar 0,955 lebih besar dari 0,7 sebagai nilai batas suatu instrumen penelitian dikatakan dapat digunakan.

Tabel 3.12

Hasil Uji Reliabilitas *Servicescape* (Tingkat Kinerja)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,900
		N of Items	6[a]
	Part 2	Value	,844
		N of Items	5[b]
	Total N of Items		11
Correlation Between Forms			,899
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,947
	Unequal Length		,947
Guttman Split-Half Coefficient			,931

a. The items are: KIN1, KIN2, KIN3, KIN4, KIN5, KIN6.
b. The items are: KIN6, KIN7, KIN8, KIN9, KIN10, KIN11.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Hasil koefisien reliabilitas yang diperoleh untuk variabel *Servicescape* tingkat kinerja sebesar 0,947 lebih besar dari 0,7 sebagai nilai batas suatu instrumen penelitian dikatakan dapat digunakan.

Hasil uji validitas semua pernyataan *Servicescape* valid dan reliabel, yang berarti bahwa data penelitian *Servicescape* yang diperoleh dari instrumen yang digunakan layak digunakan mengetahui dan menguji permasalahan yang diteliti.

3) Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Loyalitas Pelanggan

Tabel 3.13

Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,578
		N of Items	2[a]
	Part 2	Value	,624
		N of Items	2[b]
	Total N of Items		4
Correlation Between Forms			,547
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,707
	Unequal Length		,707
Guttman Split-Half Coefficient			,707

a. The items are: 1, 3.
b. The items are: 2, 4.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Hasil koefisien reliabilitas yang diperoleh untuk variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 0,707 lebih besar dari 0,7 sebagai nilai batas suatu instrumen penelitian dikatakan dapat digunakan.

Hasil uji validitas semua pernyataan Loyalitas Pelanggan dan reliabel, yang berarti bahwa data penelitian Penerapan Loyalitas Pelanggan dari instrumen yang digunakan layak digunakan mengetahui dan menguji permasalahan yang diteliti.

3.2.6 Rancangan Analisis

Rancangan analisi 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, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriftif (kualitatif) dan verifikatif (kuantitatif).

3.2.6.1 Analisis Deskriptif dan Verifikatif

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Menurut Sekaran (2003:121) di ungkapkan bahwa "studi deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang di teliti dalam suatu situasi". Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu statistik, yang bersifat deskriptif. Analisis data deskriptif di gunakan dalam penelitian ini, untuk maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum tanggapan atau respon responden.

Adapun langkah-langkah yang di lakukan dalam melakukan analisis kuantitatif adalah:

1. Setiap indikator oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternative jawaban dengan menggunakan sekala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban, peringkat jawaban setiap indikator diberi skor 1 sampai dengan 5.
2. Untuk mendeskripsikan jawaban responden diunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan timbulkan dalam bentuk tabel ataupun grafik dengan menggunakan software Exel.

3. Untuk menjawab deskriptif tentang masing-masing variabel/ dimensi penelitian ini digunakan criteria penilaian kategori sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah dan sangat rendah, penelitian juga memperhitungkan skor total dengan formulasi:

$$\text{Skor Total} = \sum_{i=1}^{5} fi\text{x}Xi$$

Dengan fi adalah frekuensi responden yang memilih kategori ke I, dan Xi adalah bobot kategori jawaban Ke-i (Xi=1,2,3,4,5). Selanjutnya skor jawaban ini ditransformasikan ke dalam suatu persentase sehingga dapat di buat kategorisasi yang standar. Tranformasi ke bentuk presentase di rumuskan sebagai berikut:

$$SkorTotal(\%) = \frac{SkorTotal}{(5\ xnxk)}$$

Dengan lima (5) adalah skor maksimum dari kategori pilihan jawaban dalam kuesioner, n adalah banyak respon, sedangkan k adalah banyak item. Untuk kategori standar dari skor total (%) di buat sebagai berikut :

- Skor Minimum (%) =1/5x100 = 20%
- Skor Maksimum (%) = 5/5x100 = 100%
- Rentang (%) = 100%-20% = 80%
- Interval (%) = 80%/5 = 16%

Tabel 3.14

Kriteria Penilaian Secara Umum

No	Skor	Kreteria
1	20.00-36.00	Sangat Buruk/ Sangat Rendah
2	36.01-52.00	Buruk/Rendah
3	52.01-68.00	Cukup Baik/Sedang
4	68.01-84.00	Baik/Tinggi
5	84.01-100	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian dilakukan dengan menganalisis masing-masing variabel penelitian dengan lima alternative jawabannya disesuaikan dengan konteks berikut :

Tabel 3.15

Kriteria Skor Variabel Penelitian

Variabel	Skala	Rentang Skor	Kriteria Skor
Kualitas Komunikasi	1	20-35	Kualitas Komunikasi Sangat Rendah
	2	36-51	Kualitas Komunikasi Rendah
	3	52-67	Kualitas Komunikasi Cukup
	4	68-83	Kualitas Komunikasi Tinggi
	5	84-100	Kualitas Komunikasi Sangat Tinggi
Servicescape	1	20-35	Servicescape Sangat Rendah
	2	36-51	Servicescape Rendah
	3	52-67	Servicescape Cukup
	4	68-83	Servicescape Tinggi
	5	84-100	Servicescape Sangat Tinggi
Loyalitas Pelanggan	1	20-35	Loyalitas Pelanggan Sangat Rendah
	2	36-51	Loyalitas Pelanggan Rendah
	3	52-67	Loyalitas Pelanggan Cukup
	4	68-83	Loyalitas Pelanggan Tinggi
	5	84-100	Loyalitas Pelanggan Sangat Tinggi

Selanjutnya dilakukan kategorisasi skor total, dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan hipotesis satu sampi dua. Pengujian hipotesis ini di maksudkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel penelitian secara populasi dalam kategori sangat tinggi, tinggi, cukup,rendah, atau sangat rendah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan statistic uji rata-rata dengan statistik *t-student*. Pengujian ini dilakukan untuk setiap variabel penelitian meliputi variabel Kualitas Komunikasi Personal, *Servicescape* dan Loyalitas Pelanggan.

Analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk memilih metode penelitian, menyusun instrument penelitian, mengumpulkan data dan menganalisanya. Analisis verifikatif menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian.

Metode analisis verifikatif untuk menguji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi sederhana (*Simple Regression Method*).

3.2.6.2 Konversi Data

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*" sedarmayanti (2002:101) dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Mean of Interval} : \frac{\text{(Density of lowe limit)-Density of upper limit)}}{\text{(Area bellow upper limit)-(Area bellow lower limit)}}$$

3.2.6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Pengertian regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2008:261) menyatakan bahwa :

"Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kasual satu variabel independen dengan satu variabel dependen"

Kegunaan analisis regresi linier sederhana menurut Jonathan Sarwono (2005:95) adalah :

"Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung dan memprediksikan variabel tergantung dengan menggunakan variabel bebas"

$$\mathbf{Y' = a + bX}$$

Sumber : Sugiyono (2007:261)

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

Dimana nilai a dan b di cari terlebih dahulu dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

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

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X2 - (\sum X)2}$$

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh/ dampak kualitas komunikasi personal dan servicescape terhadap loyalitas pelanggan bus damri rute Kota Baru Parahyangan –Alun-alun Secara parsial.

3.2.6.4 IPA *(Importance Performance Analysis)*

Untuk mengukur tingkat kepuasan dapat digambarkan melalui Metode *Impartance Performance Analysis* (IPA), pengertian dan definisi pertama kali mengenai analisis tersebut yaitu diperkenalkan pertama kali oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara presepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/ jasa di kenal pula sebagai *quadrant analysis.*(Brandt 2000). IPA telah di terima secara umum dan di pergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk di terapkan di tampilkan hasil

analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. Martinez (2003) dalam Nugroho (2010:5)

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu di tingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interprestasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil *importance-performance* sebagaimana terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3.1

Pembagian Kuadran *Importance Performance Analysis*

Berikut penjelasan untuk masing-masing kuadran (Brandt, 2000) dalam Nugroho (2010:5) :

1. Kuadran Pertama, "Pertahankan Kinerja" (*high importance & high performance*) Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai

faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

2. Kuadran Kedua, "Cenderung Berlebihan" (*low importance & high performance*) Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal dikuadran keempat.
3. Kuadran Ketiga, "Prioritas Rendah" (*low importance & low performance*) Faktor faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor –faktor tersebut.
4. Kuadran Keempat, "Tingkatkan Kinerja" (*high importance & low performance*) Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh konsumen namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

Ada dua macam metode untuk menampilkan data IPA (Martinez, 2003) Nugroho (2010:6) yaitu:

1. Menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penangganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa
2. Menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penangganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa.

Metode yang kedua lebih banyak dipergunakan oleh para peneliti. Berikut prosedur berkaitan dengan penggunaan metode *IPA*:

1. Penentuan faktor-faktor yang akan dianalisa,
2. Melakukan survey melalui penyebaran kuesioner,
3. Menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dan prioritas penanganan,
4. Membuat grafik *IPA*,
5. Melakukan evaluasi terhadap faktor sesuai dengan kuadran masing-masing.

3.2.6.5 Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi dapat terjadi kesalahan dalam menaksir koefisien-koefisien regresi yang di sebabkan oleh adanya situasi heteroskedastisitas. Agar kesalahan tersebut tidak terjadi maka dilakukan pengujian terhadap adanya situasi heteroskedastisitas tersebut.

Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji Korelasi Rank Spearmean's (Gurajati, 1999). Nilai korelasi Spearman di hitung antara nilai absolute residual $|e_1|$ dengan masing-masing variabel dengan rumus sebagai berikut (Arief, 1993) : r_S = 1-6

$$\left[\frac{\sum d_1}{n(n_2 - 1)}\right]$$

Dimana :

r_s = Nilai korelasi Rank Sperman

d = perbedaan rangking antara variabel bebas dengan $|e_1|$

n = menunjukkan jumlah kasus yang diteliti

Langkah-langkah pengujian Spearman's Rank Correlation adalah :

1. Hitung residual
2. Dengan mengabaikan tanda e_1 yaitu dengan mengambil nilai mutlaknya $|e_1|$, mengadakan / menetukan ranking baik harga mutlak $|e_1|$ dan X_1 sesuai dengan urutan yang meningkat atau menurun dengan menghitung koefisien Rank Korelasi Spearman.
3. Dengan mengasumsikan bahwa koefisien rank korelasi populasi nol dan N > u, signifikan dari rumus :

$$t = \frac{r_s\sqrt{N-2}}{\pi\sqrt{N-rs^2}}$$

dengan derajat kebebasan = N-2 Jika nilai t hitung melebihi nilai t kritis, hipotesis adanya heteroskedastitas dapat diterima dan sebaliknya

3.2.6.6 Pengujian Hipotesis

1. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji berarti ada tidaknya hubungan variabel-variabel independen dalam penelitian kali ini adalah Kualitas Komunikasi Personal (X1) dan *Servicescape* (X2), dengan variabel dependen nya Loyalitas Pelanggan (Y). Berikut ini merupakan langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

a). Menentukan formulasi hipotesis

H0 : $\beta = 0$, Artinya variabel X1 dan X2 tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap Y.

H0 : $\beta \neq 0$, Artinya variabel X1 dan X2 berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap variabel Y.

b). Menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$)

c). Menentukan signifikansi

- Nilai signifikasi (P value) <0.05 maka tolak H0
- Nilai signifikasi (P value) > 0.05 maka tolak H0

d). Membuat Kesimpulan

- Jika P value <0.05 maka tolak H0, yang artinya variabel independen mempengaruhi variabel indivenden secara parsial.
- Jika P value >0.05 maka tolak H0, yang artinya variabel independen mempengaruhi variabel indivenden secara parsial.

Adalah untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstans dengan rumus (Sritua Arief, 1993:9):

$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Dimana :

b_i = Koefisien regresi masing-masing variabel

Sb_i = Standar error masing-masing variabel

Kemudian di lakukan pengujian dengan menggunakan uji-t (*t-test*), dengan α = 0.05 adapun hipotesisnya adalah :

H_0= Koefisien regresi tidak signifikan

H_i= Koefisien regresi signifikan

Pengambilan keputusan (berdasarkan probabilitas):

- Jika Probabilitas > 0.05 maka H_0 diterima

  (artinya tidak ada pengaruh Kualitas Komunikasi Personal terhadap Loyalitas Pelanggan).

  (artinya tidak ada pengaruh *Servicescape* terhadap Loyalitas Pelanggan).

- Jika Probabilitas <0.05 maka H_a ditolak

  (artinya ada pengaruh Kualitas Komunikasi Personal terhadap Loyalitas Pelanggan).

  (artinya ada pengaruh *Servicescape* terhadap Loyalitas Pelanggan)