BAB III

METODE 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 variable tertentu yang di tetapkan untuk di pelajari dan di tarik kesimpulan"

Adapun pengertian objek penelitian menurut Umar Husein (2005:303) adalah sebagai berikut :

Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga di mana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga di tambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Sesuai dengan pengertian di atas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah.

Objek penelitian terdiri dari Kualitas Produk (X_1) Kualitas Layanan (X_2) Loyalitas Pelanggan (Y) pada toko Ja-it Fashion yang berada di Kings Shopping Center.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang di gunakan peneliti dalam mengumpulkan penelitiannya.

1. Metode penelitian menurut Sugiyono (2011:4) adalah sebagai berikut :

   " Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan untuk ditemukan, dibuktikan dan di kembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat di gunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah".Metodologi Penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai. Pada penelitian ini metode penelitian yang di gunakan adalah metode survey dengan teknis analisis dan menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

3.2.1` Desain Penelitian

Desain Penelitian merupakam cetak biru yang menentukan pelaksanaan selanjutnya. Penyusunan desain ini di lakukan setelah kita menentukan topic atau judul yang akan di laksanakan.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah di kemukakan, penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2007;24) metode deskriptif merupakan " suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi atau system pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa masa datang" tujuannya adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara

sistematis dan akurat mengenai fakta yang terjadi, dalam hal ini pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

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 dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metodologi Penelitian
6. Menyusun instrument penelitian
7. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan proses penelitian di atas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Rumusan Masalah

   Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut :

   a. Bagaimana Kualitas Produk toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.
   b. Bagaimana Kualitas Layanan toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.
   c. Bagaimana Loyalitas Pelanggan toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

d. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

e. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

f. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

2. Merumuskan Tujuan

a. Untuk mengetahui Kualitas Produk di Toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

b. Untuk mengetahui Kualitas Layanan di Toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

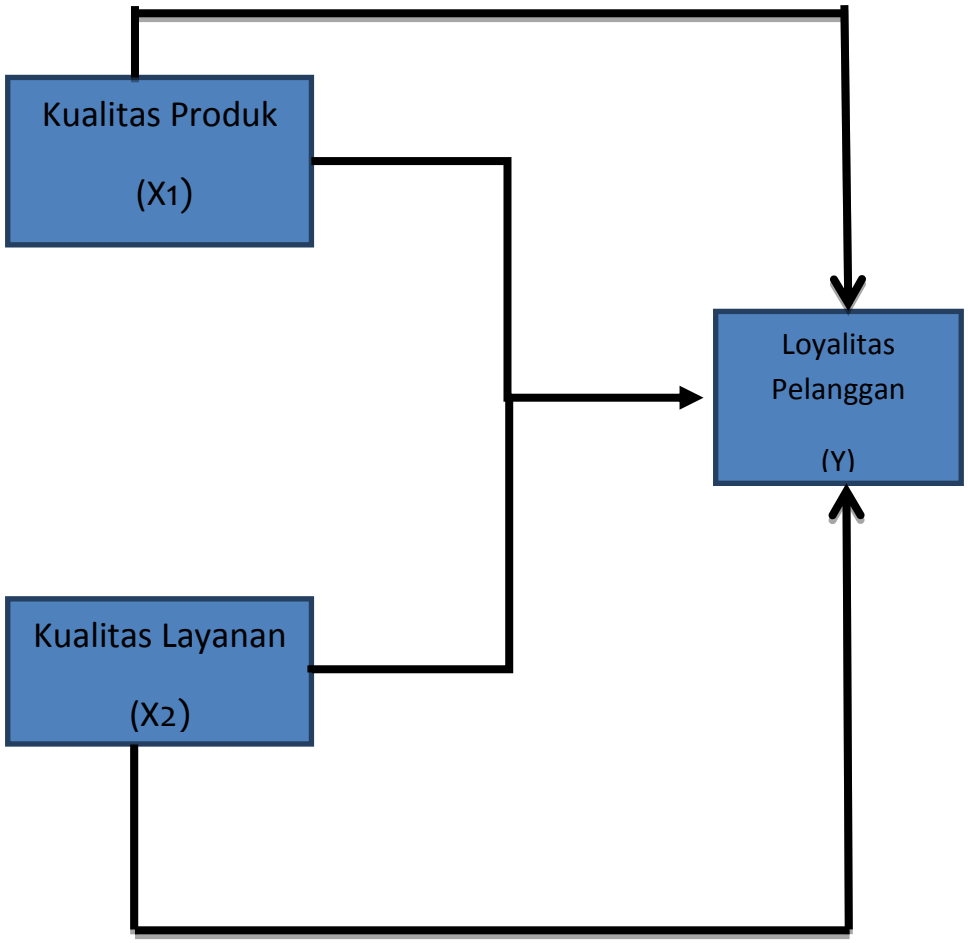
c. Untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan di Toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

d. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

e. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

f. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

3. Desain Penelitian



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2.2 Operasional Variabel

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

"Operasional Variabel adalah proses penguraian variable penelitian ke dalam sub variable, dimensi, indicator sub variable, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasional dilakukan bila dasar konsep dan

indikator masing-masing variable sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu di lakukan analisis factor".

Sesuai dengan judul penelitian yang di ungkapkan oleh penulis yaitu Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Maka variable yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

   Variabel independen yaitu variable bebas yang biasa juga mempengaruhi variabel lain.

   Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2)

   Kualitas Produk dan Kualitas Layanan ditentukan dengan skala ordinal, data-data diperoleh dari hasil wawancara pada pelanggan dan melalui kuesioner

2. Variabel Dependen (Y)

   Variabel Dependen adalah Variabel terkait yang di pengaruhi atau mempengaruhi variable lain, dalam penelitian ini yang menjadi variable dependen yaitu Loyalitas Pelanggan.

   Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam table di bawah ini :

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Skala Ukuran	No. Kuesioner	Skala
Kualitas Produk	kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya	a. Kinerja	a. Tingkat kesesuaian kinerja produk dengan yang diharapkan pelanggan	1,2	Ordinal
		b. Daya Tahan	b. Tingkat daya tahan produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan	3,4	
		c. Spesifikasi	c. Tingkat kesesuaian spesifikasi produk dengan yang di inginkan pelanggan	5,6	
		d. Features	d. Tingkat kesesuaian features dengan yang di inginkan	7,8	
		e. Reliability	e. Tingkat kesesuaian Reliability dengan yang sudah di tentukan		
		f. Aesthetic	f. Tingkat kesesuaian Aesthetic dengan yang di inginkan		
		g. Perceived Quality	g. Tingkat Kesesuaian		

			Perceived Quality dengan yang di inginkan		
Kualitas Layanan	upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan	a. Tangible b. Reliability c. Responsiveness d. Assurance e. Emphaty	a. Tingkat tangible yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai dengan yang diharapkan b. Tingkat realibility yang diberikan oleh karyawan dalam pelayanan c. Tingkat responsiveness karyawan dalam memberikan pelayanan d. Tingkat kesesuaian assurance dengan yang diharapkan e. Tingkat Emphaty karyawan terhadap pelanggan	1,2 3,4 5,6 7,8 9,10	Ordinal
Loyalitas Pelanggan	merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk	a. *Repeat*	a. tingkat keinginan pelanggan	1,2	Ordinal

	memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan	b. *Retention* c. *refferal*	untuk kembali membeli produk b. tingkat keinginan pelanggan untuk tetap menggunakan produk c. tingkat keinginan pelanggan dalam merekomendasikan produk	3,4 5,6	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dari berbagai jurnal-jurnal yang dipilih untuk dijadikan bahan penelitian. Untuk mengetehui Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Teknik Penentuan data yang dilakukan adalah dengan penggunaan sample. Hal ini disebabkan oleh beberapa keterbatasan dalam penelitian yang meliput keterbatasan biaya dan waktu, maka perlu di tarik sejumlah sampel dari populasi.

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:96), definisi populasi yaitu sebagai berikut :"Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek

yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi yang diambil oleh peneliti kali ini adalah pada toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center. Publik di wilayah Bandung. Pemilihan jumlah populasi ini dirasakan cukup mewakili untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian pada bulan April 2014 sebanyak 700 pelanggan.

2. Sampel

Sampel di definisikan Sugiyono (2005:9) sebagai "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

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

Dimana :

n= ukuran sampel

N= ukuran Populasi

e= persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir/diinginkan. (Husein Umar, 2000:108) jumlah populasi yang diteliti adalah sebanyak 700 Pelanggan. Dengan batas kesalahan sebasar 10% maka didapat jumlah sampel sebagai berikut

$$n = \frac{700}{700.(0.1)^2 + 1}$$

$$= 87$$

Jadi kuesioner yang akan dibagikan kepada pelanggan sebanyak 87 pelanggan.

Adapun teknik yang digunakan adalah simple random sampling, yaitu pengambilan sampel secara acak dari 700 pelanggan sehingga menghasilkan 87 pelanggan.

Pengertian dari skala ordinal menurut sugiyono (2009;65) 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 yang jarak antara satu dengan data yang lain tidak sama."

Dari pengertian di atas tujuan dari penggunaan skala ordinal adalah memperoleh informasi berupa nilai pada jawaban.Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan 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 diberi skor, maka respomden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item posotif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatife). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang di ajukan untuk pernyataan positif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

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 di ajukan untuk pernyataan negative adalah sebagai berikut.

Tabel 3.3

Pilihan Jawaban Kuesioner Negatif

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

Sumber : Sugiyono, 2011

3.2.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research), yang di lakukan dengan cara mengadakan peninjauan pada perusahaan yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder.

1) Data primer di dapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:
    1. Studi Kepustakaan (Library Research) yaitu untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan pembahansan penelitian.
    2. Studi lapangan (Field Research) yaitu mencari dengan memperoleh data dari perusahaan yang penulis dengan cara:

a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan dan mempelajari hal-hal yang berhubungan langsung dengan penelitian secara langsung di lapangan.
b. Wawancara, yaitu dengan mengadakan Tanya jawab pihak-pihak yang mempunyai kaitan langsung dengan objek yang di teliti.
c. Kuesioner, yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang di gunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden.

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang di percaya maka harus dilakukan tahap 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 realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas

3.2.4 Uji Validitas

Uji Validitas menurut Idrus(2009:123) Suatu instrument dinyatakan valid (sah) apabila instrument betul-betul mengukur apa yang seharusnya di ukur. Metode yang sering digunakan untuk mencari

Validitas instrument adalah korelasi produk momen antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total sehingga disebut sebagai inter item-total correlation . Validitas merujuk pada kemampuan satu item (soal/pernyataan) dalam mengukur satu aspek tertentu. Biasanya harga validitas ditunjukan dengan besarnya harga korelasi. Umumnya satu item dinyatakan valid jika memiliki harga di atas 0.3 . Meskipun demikian ada juga pakar yang menyatakan bahwa harga validitas item dapat sebesar 0.25. Kedua harga ini dapat digunakan sebagai patokan untuk menyatakan valid atau tidaknya item tersebut (idrus, 2009:130).Selanjutnya Sarjono dan juliantita (2011:45) mengatakan suatu item dikatakan valid jika corrected item-total correlation (r hitung) lebih besar dari r table.

Pengujian Validitas digunakan untuk mengukur alat yang di gunakan Untuk mendapatkan data menurut sugiyono (2009:121) menjelaskan mengenai validitas sebagai berikut:

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

Lebih lanjut uji validitas menurut Cooper dalam Narimawati Umi (2010:42) validitas adalah

"Validity is a characteristic measuraemment concerned with tehe extent that a test measures what the research actually wihes to measure".

Dari definisi di atas validitas dapat di artikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang di inginkan peneliti untuk di ukur. Suatu alat ukur disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya di lakukan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variable Pengaruh kualitas produk (X1), Kualitas layanan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 3.4

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 valid tidaknya suatu butir pernyataan di mulai berdasarkan kedekatan jawaban responden pada pernyataan tersebut dengan jawaban responden pada pernyataan lainnya. Nilai jawaban responden di ukur menggunakan koefesien korelasi, yaitu melalui nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan total butir pernyataan lainnya. Butir pernyataan dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30.Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan rumus korelasi pearson product moment.

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus di uji keabsahannya untuk menentukan valid atau tidaknya suatu item.Uju validasi dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut maupun mengungkapkan apa yang di ungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variable. Teknik korelasi yang di gunakan adalah teknik korelasi pearsonproduct momen. Untuk memepercepat dan memepermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan computer dengan menggunakan soft SPSS 18.0 for windows dengan metode korelasi untuk mencari koefesien korelasi antar variable dengan runus sebagai berikut:

$$rx = \frac{\sum xy \frac{(\sum x)-(\sum y)}{n}}{\sqrt{[n\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}][\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}]}}$$

(Sumber : Umi Narimawati 2010:42)

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji instrument

Tabel 3.5

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item Pernyataan	Koefisien Validitas	r kritis	Kesimpulan
Item Pernyataan 1	0.757	0.30	Valid
Item Pernyataan 2	0.655	0.30	Valid
Item Pernyataan 3	0.656	0.30	Valid
Item Pernyataan 4	0.550	0.30	Valid
Item Pernyataan 5	0.696	0.30	Valid
Item Pernyataan 6	0.578	0.30	Valid
Item Pernyataan 7	0.606	0.30	Valid
Item Pernyataan 8	0.525	0.30	Valid
Item Pernyataan 9	0.793	0.30	Valid
Item Pernyataan 10	0.669	0.30	Valid
Item Pernyataan 11	0.672	0.30	Valid
Item Pernyataan 12	0.328	0.30	Valid
Item Pernyataan 13	0.366	0.30	Valid
Item Pernyataan 14	0.336	0.30	Valid

Tabel 3.6

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	Koefisien Validitas	r kritis	Kesimpulan
Item Pernyataan 1	0.808	0.30	Valid
Item Pernyataan 2	0.628	0.30	Valid
Item Pernyataan 3	0.825	0.30	Valid
Item Pernyataan 4	0.725	0.30	Valid

Item Pernyataan 5	0.725	0.30	Valid
Item Pernyataan 6	0.611	0.30	Valid
Item Pernyataan 7	0.420	0.30	Valid
Item Pernyataan 8	0.482	0.30	Valid
Item Pernyataan 9	0.393	0.30	Valid
Item Pernyataan 10	0.334	0.30	Valid

Tabel 3.7

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y)

Item Pernyataan	Koefisien Validitas	r kritis	Kesimpulan
Item Pernyataan 1	0.617	0.30	Valid
Item Pernyataan 2	0.615	0.30	Valid
Item Pernyataan 3	0.792	0.30	Valid
Item Pernyataan 4	0.871	0.30	Valid
Item Pernyataan 5	0.868	0.30	Valid
Item Pernyataan 6	0.818	0.30	Valid

Pada ketiga tabel di atas terlihat bahwa keseluruhan item pernyataan memiliki koefisien validitas yang lebih besar atau sama dengan r_{kritis} sebesar 0.30, sehingga keseluruhan item pertanyaan ini layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian selanjutnya (analisis Regresi).

3.2.5 Uji Realibilitas

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-ganil). 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.

$$\frac{2\,r_b}{1 + r_b}$$

Umi Narimawati (2010:44)

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

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

Sumber : UmiNarimawati (2010:44)

Dimana

$\Gamma 1$ =relibilitas internal seluruh item

Γb =korelasi product momem antara belahan pertama dan belahan kedua.

Tabel 3.8

Standar penilaian untuk Reliabilitas

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

Sumber : Barker et al, (2002:70)

Selain valid instrument penelitian juga memiliki keandalan, keandalan instrument penelitian menunjukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat di percaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang di ukur dalam diri subyek memang belum berubah.

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode split-half diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 3.9

Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Koefisien Reliabilitas	rKritis	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	0.852	0.70	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.816	0.70	Reliabel
Loyalitas (Y)	0.858	0.70	Reliabel

Hasil Uji reliabilitas menunjukan bahwa kuesioner yang digunakan pada kedua variable sudah ada karena memiliki koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70.

3.2.6 Uji MSI

Sehubungan dengan penelitian ini yang menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variable sebelumnya, sedangkan syarat analisis dengan verifikatif uji statistic menggunakan korelasi pearson minimal berskala interval, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval*.

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menghitung Frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap perrnyataan, dilakukan perhitungan proporsi kuantitatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pemilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut.

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Dencity at Lower Limit}) - (\text{Dencity at Upper Limit})}{(\text{Area BelowUpper Limit}) - (\text{Area Bellow Lower Limit})}$$

Umi Narimawati (2010:47)

Data penelitian yang sudah berkala interval selanjutnya akan di tentukan pasangan data variable independen dengan variable dependen serta di tentukan persamaan yang belaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data Msi tersebut, peneliti menggunakan bantuan program software MSI.

3.2.7 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan skor jawaban responden untuk setiap item dalam setiap variabel penelitian.Menurut

Uma Sekaran (2003:121) diungkapkan bahwa “studi deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi”. Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, yang bersifat deskriptif. Analisis data deskriptif digunakan 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 dilakukan dalam melakukan analisis kualitatif adalah :

1. Setiap indikator oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban, peringkat jawaban setiap indikator diberi skor antara 1 sampai dengan 5.
2. Untuk mendeskripsikan jawaban responden digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan ditambilkan dalam bentuk tabel ataupun grafik dengan menggunakan software Excel.
3. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel /dimensi penelitian ini digunakan kriteria penilaian kategori sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah dan sangat rendah, peneliti juga menghitung skor total dengan formulasi :

$$SkorTotal = \sum_{i=1}^{5} f_i \, xX_i$$

dengan, f_i adalah frekuensi responden yang memilih kategori ke i, dan X_i adalah bobot kategori jawaban ke-i (X_i=1,2,3,4,5). Selanjutnya skor jawaban ini ditranformasikan ke dalam satuan persentase sehingga dapat dibuat kategorisasi yang standar. Tranformasi ke bentuk persentase dirumuskan sebagai berikut :

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

Dengan lima (5) adalah skor maksimum dari kategori pilihan jawaban dalam kuesioner, n adalah banyak responden, sedangkan *k* adalah banyak item.

Untuk kategori standar dari skor total (%) dibuat sebagai berikut :

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

Sehingga diperoleh kategorisasi setiap variabel sebagai berikut :

Tabel 3.10
Kriteria Penilaian Secara Umum

No.	Interval Skor Total (%)	Kategori
1	20 - 35	Sangat Rendah
2	36 - 51	Rendah
3	52 - 67	Cukup / Sedang
4	68 - 83	Tinggi
5	84 - 100	Sangat tinggi

Sumber : data 2011, diolah

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

Tabel 3.11

Kriteria Skor Variabel Penelitian

Variabel	Skala	Rentang Skor	Kriteria Akor
Kualitas Produk	1	20-35	*Kualitas produk sangat rendah*
	2	36–51	*Kualitas produk rendah*
	3	52–67	*Kualitas produk cukup*
	4	68 – 83	*Kualitas produkl tinggi*
	5	84 – 100	*Kualitas produk sangat tinggi*
Kualitas Layanan	1	20 –35	*Kualitas layanan* sangat rendah
	2	36–51	*Kualitas layanan rendah*
	3	52–67	*Kualitas layanan cukup*
	4	68–83	*Kualitas layanan tinggi*
	5	84–100	*Kualitas layanan 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*

Sumber : data 2012,Yurchisin & Johnson, 2004, diola

Selanjutnya setelah dilakukan kategorisasi skor total, dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan hipotesis satu sampai dengan delapan. Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel penelitian secara populasi dalam kategori Sangat tinggi, tinggi, cukup, rendah ataukah sangat rendah. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan statistik uji rata-rata dengan statistik t-student. Pengujian ini dilakukan untuk setiap variabel penelitian yang meliputi variabel yaitu Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan.

3.2.7.1 Pengujian Hipotesis

Selanjutnya berdasarkan hal di atas, maka disusun hipotesis sebagai berikut :

1. **Hipotesis 1**

   $H_0 : \mu_1 \leq 68$ kualitas produk tidak tinggi

   . $H_1 : \mu_1 > 68$ kualitas produk tinggi

2. **Hipotesis 2**

   $H_0 : \mu_2 \leq 68$ kualitas layanan tidak tinggi

   $H_1 : \mu_2 > 68$ kualitas layanan tinggi

3. **Hipotesis 3**

   $H_0 : \mu_2 \leq 68$ loyalitas pelanggan tidak tinggi

   $H_1 : \mu_2 > 68$ loyalitas pelanggan tinggi

Metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji statistik yang relevan. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap *ítem*

Untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

Menurut Umi Narimawati (2007:83-85) selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.7 sebagai berikut:

3.2.7.2 Statistik Uji

Statistik uji yang digunakan adalah statistic uji t student dengan rumus sebagai berkut:

$$t_j = \frac{\text{Skor Total} - 60}{s / \sqrt{n}},\ j = 1, 2, .., 8$$

Dengan:
s : simpangan baku

n : banyak unit analisis

t : statistik uji distribusi t student

3.2.7.3 Analisis Kuantitatif

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

Keseluruhan nilai atau skor yang didapat lalu dianalisis dengan cara:

1. Mengolah setiap jawaban dan pertanyaan dari kuesioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.
2. Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen (X) yaitu X1,..Xn dan (Y) yaitu Y1,…Yn, kemudian variabel dependen (Z) sebagai berikut (X,Z), (Y,Z),…(Xn,Y) dan asumsikan sebagai hubungan linear.
3. Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternative jawaban seperti diuraikan diatas. 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 pengukuran menjadi skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*" (hay, 1969:39).

3.2.7.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui derajat atau kekuatan Hubungan antara Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

Dimana :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

A = konstanta

β 1, β 2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Layanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas Pelanggan (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta\ 2X2 + e$$

Dimana:

Y = Loyalitas Pelanggan

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variable X1, Inventory Control

β2= Koefisien regresi dari variable X2

X1= Kualitas Produk

X2= Kualitas Layanan

1. Analisis 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 :

Dimana : -1≤r≤+1

r = koefisien korelasi

x = Kualitas Produk dan Kualitas Layanan

z = Loyalitas Pelanggan

n = jumlah Pelanggan

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

Dimana : -1≤r≤+1

R = koefisien korelasi

x = Kualitas Produk dan Kualitas Layanan

z = Loyalitas Pelanggan

n = jumlah Pelanggan

Untuk melihat tingkat ke-eratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.8 dibawah ini:

2. Analisis Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/ SPSS atau secara manual didapat dari R2 = SSreg/SStot. Dalam hal ini ada dua analisis koefisien yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien determinasi parsial.

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variable X1 dan variable X2 terhadap Y (Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Dimana: Kd = Koefisien determinasi

*r*2 = Kuadrat koefisien determinasi

Dimana apabila :

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

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

3.2.7.5 Pengujian Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah

pernyataan (dugaan/jawaban) itu dapat diterima atau tidak. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Langkah – langkah pengujian 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 :

$$F = \frac{(n-k-1)R^2_{y.x.....}}{k(1-R^2_{y.x.....)}}$$

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah 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 $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sujana (2001:369)menyatakan bahwa perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien korelasi produk moment *(Pearson).*

b. Hipotesis

H_0 ; $\rho = 0$, Secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

H_1 ; $\rho \neq 0$, Secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap proses Loyalitas Produk

c. Kriteria Pengujian

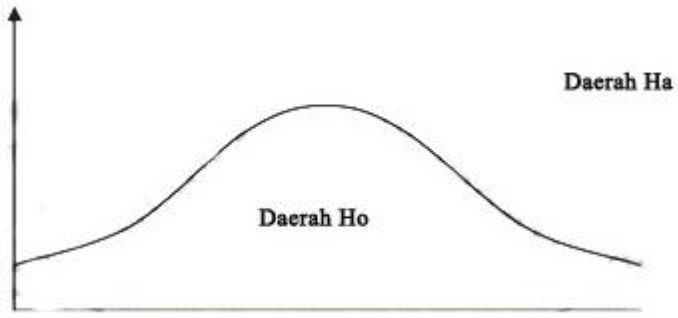
H_0 ditolak apabila F_{hitung}> dari F_{tabel} ($\alpha = 0,05$)

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

Tabel 3.12
Kategori Korelasi Metode 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 $\rho yxi \neq 0$. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.



Gambar 3.2
Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis

Sumber : Sugiyono, 2008, Metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta

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 :

$$t_i = \frac{\rho yx1}{\sqrt{\frac{(1-R^2XY\ldots\ldots Xk)CRii}{(n-k-1}}} = \text{I} = 1,2,3 \ldots\ldots\ldots,5$$

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikan 5%.

b. Hipotesis

H_{01} ; ρ = 0, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Produk

H_{11} ; ρ ≠ 0, Kualitas Produk tidak berpangaruh terhadap Loyalitas Produk

H02 ; ρ = 0, Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

H12 ; ρ ≠ 0, Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

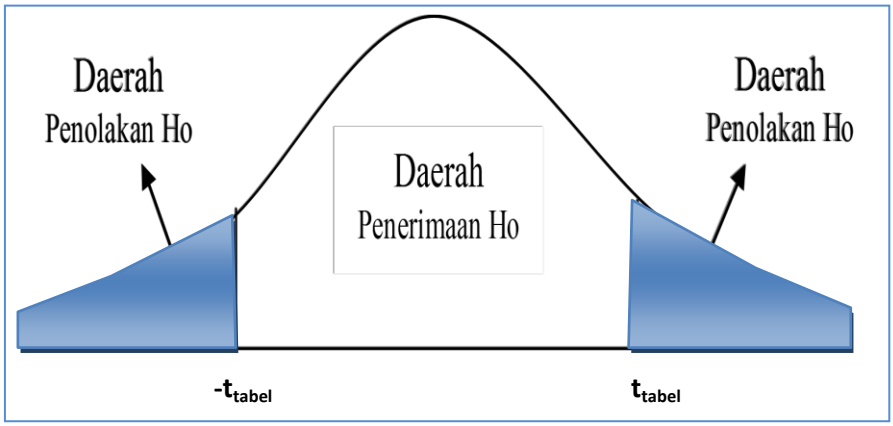
Kriteria Pengujian

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

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

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

b. Jika $T_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya anatara variabel X dan Y tidak ada hubungannya.



Gambar 3.3
Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis
Sumber Sugiyono (2009:185)

3.2.7.6 Penarikan Kesimpulan

Daerah yang berwarna merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t_{hitung} dan F_{hitung} jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka H_0 ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisien regresi signifikan (tidak signifikan). Kesimpulannya, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan (tidak berpengaruh) terhadap Loyalitas Pelanggan ketika dua variabel tersebut mempengaruhi Loyalitas pelanggan toko Ja-it yang berada di Kings Shopping Center. Tingkat signifikannya yaitu 5% (α = 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95% maka kemungkinan bahwa hasil

dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95% dan hal ini menunjukkan adanya (tidak adanya) pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.