

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung. Objek yang menjadi *variable independent* atau variable bebasnya yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2), sedangkan *variable dependent* atau variable terikatnya yaitu Loyalitas Konsumen (Y), dimana responden pada penelitian ini adalah pengunjung Preanger Restoran.

Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung terletak di Jl. Asia Afrika No. 81 Bandung. PO.BOX 40111. Tel. +62 (22) – 423 16 31, Fax. +62 (22) – 423 00 34. e-mail : preanger@indosat.net.id <http://preanger.aerowisata.com>

3.2 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu (sugiyono 2004: 1). Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 160), metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Metode Penelitian Deskriptif Analitik*. Menurut Winarno Surakhmad (1998: 140), yaitu :

Suatu metode penelitian yang bermaksud untuk membuat suatu gambaran atau deskripsi tentang pemecahan masalah- masalah yang ada pada masa sekarang dengan jalan mengumpulkan data, menyusun dan menginterpretasikan data tersebut atau memokuskan pada masalah yang terjadi dan memerlukan pemecahan melalui analisa tertentu.

Dengan demikian maka penulis dapat menggambarkan, menjelaskan dan menganalisa mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.

3.2.2 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

- a. *Observasi Lapangan* : Teknik ini dimaksudkan untuk mendapatkan data primer dengan cara melakukan pengamatan dari sumber data (responden) secara langsung di lapangan.
- b. *Wawancara* : adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden yang dimaksud yaitu Konsumen yang datang dan pihak manajemen hotel yang bersangkutan.
- c. *Angket* : Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selebaran kertas kepada responden. Setelah diisi

oleh responden, pertanyaan tersebut di kumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang *riil*.

- d. *Studi Litelatur* : adalah studi atau teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh atau mengumpulkan data dari buku – buku, laporan, majalah, dan lain- lain yang berhubungan dengan masalah yang di teliti.

3.3 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Suharsimi Arikunto 1998: 115). Menurut Sugiyono (2006: 72), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik sampelnya”.

Adapun populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung/ konsumen Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung.

Tabel 3.1
Jumlah Konsumen Selama Lima Tahun

Tahun	Bulan	Jumlah Konsumen	Tahun	Bulan	Jumlah Konsumen
2004	Januari	8.263	2007	Januari	8.094
	Februari	6.844		Februari	6.395
	Maret	6.998		Maret	7.527
	April	5.872		April	6.721
	Mei	7.605		Mei	8.234
	Juni	7.962		Juni	9.051
	Juli	9.083		Juli	10.498
	Agustus	7.623		Agustus	9.438
	September	7.331		September	6.660
	Oktober	6.599		Oktober	7.661
	November	6.636		November	9.281
	Desember	9.356		Desember	8.848

Tahun	Bulan	Jumlah Konsumen	Tahun	Bulan	Jumlah Konsumen
2005	Januari	8.406	2008	Januari	6.959
	Februari	7.611		Februari	6.622
	Maret	7.627		Maret	8.009
	April	6.648		April	8.054
	Mei	7.771		Mei	7.710
	Juni	8.747		Juni	7.538
	Juli	11.155		Juli	10.597
	Agustus	8.738		Agustus	10.080
	September	9.330		September	4.479
	Oktober	9.250		Oktober	8.964
	November	9.201		November	8.945
	Desember	9.953		Desember	9.300
2006	Januari	9.748	Total Jumlah Konsumen selama 5 tahun		494.574
	Februari	7.793	Jumlah Rata- Rata Per Tahun		98.915
	Maret	8.028	Jumlah Rata- Rata Per Bulan		8.243
	April	8.415	Jumlah Rata- Rata Per Hari		275
	Mei	8.118			
	Juni	8.429			
	Juli	10.184			
	Agustus	8.669			
	September	7.693			
	Oktober	9.492			
	November	8.169			
	Desember	9.835			

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti (Suharsimi Arikunto 2002: 109). Menurut Sugiyono (2005: 56), “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti”.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini untuk tahun terakhir menurut laporan Tahun 2008 yang berdasarkan pada jumlah banyaknya pengunjung di Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung mencapai **275** orang per hari. Menurut (Moh. Nazir 1998:346) karena populasi dalam penelitian ini lebih dari 100 orang, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)} \quad \text{dimana} \quad n : \text{Ukuran Sampel}$$

$$n = \frac{275}{1+275(10\%^2)} \quad N: \text{Ukuran Populasi}$$

$$n = \frac{275}{1+275(0.1^2)} \quad e^2 : \text{keyakinan/ kesalahan yang ditolelir}$$

$$n = \frac{275}{1+275(0,01)} \quad 1 : \text{Konstan}$$

$$n = \frac{275}{1+2,75}$$

$$n = 73,33$$

Berdasarkan hasil pengukuran batas minimum sampel diatas dengan taraf kesalahan yaitu 10%, maka peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 100 sampel/ responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *Nonprobability Sampling*. Menurut Sugiyono (2007: 66), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Berdasarkan pengertian di atas peneliti menggunakan teknik sampling jenis *Sampling Insidental*. Menurut Sugiyono (2007: 67). *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Dikarenakan sampel yang digunakan peneliti adalah konsumen Preanger Restoran, dimana sampel tersebut dipakai untuk mengukur kelayakan konsumen terhadap perusahaan. Oleh sebab itu peneliti menggunakan teknik sampling jenis sampling incidental dimana responden yang akan diteliti adalah responden yang secara kebetulan bertemu dan mempunyai potensi dan cocok untuk dijadikan sampel.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh.

Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 129), yaitu :

Sumber data penelitian ini adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian baik yang diperoleh secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian.

Menurut Malhotra (2005: 120- 121) mengungkapkan definisi- definisi tersebut, antara lain :

- a. *Data Primer*, yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah kuisisioner yang disebarkan kepada sejumlah responden, sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu Pelanggan Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung.
- b. *Data sekunder* yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan

cepat serta tidak mahal. Dan data sekunder yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu data Jumlah pengunjung Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung dari Bulan Januari 2004 sampai dengan Desember 2008.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan objek penelitian yang telah dikemukakan di atas bahwa variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah variabel bebas/ independen variable, yaitu pengaruh kualitas pelayanan (X1) yang terdiri dari sub variabel yaitu bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empathy dan Harga (X2), terhadap Loyallitas Konsumen Preanger Restoran sebagai variabel tak bebas/ dependent variable (Y). Secara lebih rinci uraian operasionalisasi variable dapat terlihat dalam Table 3.2, yaitu:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Sub Variable	Konsep Teoritis	Konsep Empirik dan Konsep Analitis	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Wykof dalam Fandy Tjiptono (2005:260)	Jumlah skor skala Perbedaan Simantik	Interval
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Fasilitas fisik, peralatan, personalia dan bahan- bahan komunikasi yang dapat memberikan bayangan kepada konsumen atas jasa yang akan diterimanya Fandy Tjiptono (2005:273)	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik fasilitas restoran (kasir, tempat parkir, wc, ruang tunggu, tempat reservasi) • Daya tarik desain eksterior Restoran • Kelengkapan fasilitas operasional restoran (alat makan, kursi, meja, aksesoris restoran lainnya) • Daya tarik penampilan karyawan • Sarana informasi restoran yang berdaya tarik visual mudah dibaca dan jelas (brosur, pamphlet, papan reklame) 	Interval

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Empati <i>(Empathy)</i>	Kesediaan karyawan dan perusahaan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen. Fandy Tjiptono (2005:273)	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen • Perhatian personal karyawan terhadap konsumen • Ketepatan jam operasi perusahaan sesuai dengan yang diperlukan oleh konsumen 	Interval
Daya Tanggap <i>(Responsiveness)</i>	Keinginan para karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/ komplain dari konsumen. Fandy Tjiptono (2005:273)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan para karyawan untuk merespon apa yang dibutuhkan/ keluhan konsumen • Kesediaan para karyawan untuk membantu para konsumen • Kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan 	Interval
Keandalan <i>(Reliability)</i>	Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Fandy Tjiptono (2005:273)	<ul style="list-style-type: none"> • Keandalan dalam menangani masalah konsumen • Keakuratan pelayanan yang diberikan • Ketepatan dalam menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan 	Interval
Jaminan <i>(Assurance)</i>	Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Fandy Tjiptono (2005: 273)	<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan konsumen terhadap restoran • Keamanan yang diberikan restoran kepada konsumen • Konsistensi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas • Jaminan kemampuan dan pengetahuan karyawan 	Interval
Harga (X2)	Jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk / jasa atau jumlah nilai konsumen pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki/ menggunakan produk jasa Kotler dan Armstrong, 2004: 345	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian daya guna/ Manfaat • Kesesuaian harga dengan daya beli • Harga dibandingkan dengan Produk pesaing 	Interval
Loyalitas Konsumen (Y)	Wujud perilaku dari unit- unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus- menerus terhadap barang/ jasa suatu perusahaan yang dipilih Jill Griffin (2005: 5)	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelian ulang secara teratur • Pembelian antar lini produk dan jasa • Mereferensikan kepada orang lain • Menunjukkan kekebalan terhadap tawaran pesaing 	Interval

3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Menurut Sugityono (2007: 348), 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 diukur. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan realibel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan realibel. Jadi instrumen yang valid dan realibel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan realibel.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana kuisioner yang valid dan mana yang tidak. Menurut Suharsimi Arikunto, (1993: 225) dalam Sambas Ali Muhidin (2007: 31), yaitu :

Untuk menghitung korelasi antara pernyataan kesatu dengan skor total instrumen tersebut maka penghitungannya menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dari Karl Person,

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad \text{Sambas Ali (2007: 31)}$$

Dimana :

- r = Koefisien item validitas yang dicari
- n = Banyaknya responden
- x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total

ΣX = Jumlah Skor dalam distribusi X

ΣY = Jumlah Skor dalam distribusi Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

- a. Jika nilai r hitung lebih besar atau sama dengan (\geq) nilai r table, maka item instrument dinyatakan valid
- b. Jika nilai r hitung lebih kecil ($<$) dari nilai r table, maka item instrument dinyatakan tidak valid

Validitas instrument dilakukan dengan bantuan program Microsoft Excel 2007 *for windows*. Hasil Pengujian validitas item pernyataan pada kuisisioner untuk setiap variable ditunjukkan pada table 3.3, yaitu :

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Instrumen

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0.701	0.361	Valid
2		0.848		Valid
3		0.679		Valid
4		0.934		Valid
5		0.823		Valid
6		0.883		Valid
7		0.934		Valid
8		0.679		Valid
9		0.934		Valid
10		0.823		Valid
11		0.885		Valid
12		0.934		Valid
13		0.823		Valid
14		0.883		Valid
15	Empati	0.934	0.361	Valid
16		0.883		Valid
17		0.399		Valid
18	Daya Tanggap	0.823	0.361	Valid
19		0.883		Valid
20		0.934		Valid
21	Keandalan	0.823	0.361	Valid
22		0.679		Valid
23		0.734		Valid
24	Jaminan	0.860	0.361	Valid
25		0.447		Valid
26		0.583		Valid
27	Harga	0.937	0.361	Valid
28		0.934		Valid
29		0.969		Valid

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Instrumen

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
30	Loyalitas Konsumen	0.893	0.361	Valid
31		0.913		Valid
32		0.914		Valid
33		0.924		Valid
34		0.901		Valid
35		0.914		Valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2007: 354), pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan test- retest (*stability*), equivalent, dan gabungan keduanya.

Setelah harga- harga diperoleh maka dengan teknik korelasi Produk Moment dapat dihitung harga r_1 sebagai harga untuk mengukur reliabilitas instrument terhadap loyalitas konsumen di Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung. Pengujian reliabilitas kuisisioner penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian. (Suharsimi Arikunto 2006: 196)

Koefisien Alpha Cronbach ($C\alpha$) merupakan statistic yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian. Suatu uinstrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien alpha

cronbach lebih besar atau sama dengan 0.70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:

88). Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas, yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Sambas Ali, 2007: 38})$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrument/ koefisien alfa

k = Banyaknya bulir soal

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian bulir

σ_t^2 = Varian total

N = Jumlah responden

Sedangkan rumus variannya adalah :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} \quad (\text{Sambas Ali, 2007: 38})$$

Dimana :

σ_t^2 = Varian total

$\sum X$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Setelah diperoleh harga r_i hitung, selanjutnya untuk dapat diputuskan instrument tersebut reliable atau tidak, maka harga tersebut dikonsultasikan dengan r_{table} , dengan taraf kesalahan 5%. Jika r_i hitung lebih besar dari r_{table} untuk taraf kesalahan 5% maupun 1%, maka dapat disimpulkan instrumen loyalitas konsumen tersebut reliable dan dapat digunakan untuk penelitian, perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan menggunakan program Microsoft Excel 2007 *for windows*.

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Instrumen

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
----	----------	----------------	---------------	------------

1	Kualitas Pelayanan	0.976	0.361	Realibel
2	Harga	0.940	0.361	Realibel
3	Loyalitas Konsumen	0.949	0.361	Realibel

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis secara kuantitatif. Yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif, maka dari itu penulis menggunakan metoda pengumpulan data dengan *Skala Pengukuran Semantik* dan teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Teknik Analisis Data Regresi Linier Berganda*

Skala Pengukuran Semantik yaitu metode penulisan yang disusun dengan menggunakan rangkaian kata sifat yang bertentangan (bipolar), serta memiliki unsur evaluasi, potensi dan unsur aktifitas. (Lili Adi Wibowo 2008:10)

Menurut Sugiyono (2005: 210), Regresi Linier Berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila duavariabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya nilai).

Teknik yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda, yaitu :

- a. Menentukan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X_1, X_2) dengan bentuk model yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad \text{Sugiyono (2007: 275)}$$

Dimana :

Y = Loyalitas Konsumen

- a = konstanta
 b₁, b₂ = koefisien regresi
 X₁ = Kualitas Pelayanan
 X₂ = Harga
 e = variabel pengganggu

Regresi linier berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$,
 untuk menghitung harga- harga a, b₁, b₂ dapat menggunakan persamaan sebagai
 berikut :

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 \quad \text{Sugiyono (2007: 278)}$$

- b. Setelah harga a, b₁, b₂ diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing- masing variable independen dengan variable dependen dengan rumus:

$$R_{y.x_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}} \quad \text{Sugiyono (2009: 233)}$$

Dimana :

$R_{y.x_2x_2}$ = Korelasi antara Variabel X1 dengan Variabel X2 secara bersama- sama dengan Variabel Y

r_{yx_1} = Korelasi Produk Moment antara X1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi Produk Moment antara X2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi Produk Moment antara X1 dengan X2

Dari data di atas rumus yang paling sederhana untuk menghitung korelasi produk moment yaitu :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 y^2}} \quad \text{Sugiyono (2009: 228)}$$

Dimana :

r_{xy} = Korelasi antar variable X dengan Y

$X = (x_i - \bar{x})$

$Y = (y_i - \bar{y})$

Setelah diadakannya pengujian yang signifikan terhadap korelasi ganda, maka selanjutnya untuk uji signifikan koefisien korelasi ganda dicari F_{hitung} dulu kemudian dibandingkan dengan F_{table} , dimana untuk mencari F_{hitung} dapat dilakukan dengan menggunakan rumus, sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Sugiyono (2009: 235)}$$

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variable Independen

n = Jumlah anggota sampel

Menurut Sugiyono (2007: 231) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3.5
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Kolerasi

Koefisien Kolerasi	Klasifikasi
0, 000 – 0, 199	Sangat Rendah
0, 200 – 0, 399	Rendah
0, 400 – 0, 599	Sedang
0, 600 – 0, 799	Kuat
0, 800 – 1, 000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2009: 231)

3.8 Uji Hipotesis

Untuk mencari antara hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variable yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih.

Objek penelitian yang menjadi variable bebas atau *Independen variable* yaitu kualitas pelayanan (Variabel X1) dan Harga (Variable X2), sedangkan *Variable dependen* adalah Loyalitas Konsumen (Variabel Y), dengan memperhatikan karakteristik variable yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan *analisis regresi linier ganda* untuk ke tiga variable tersebut.

Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penlitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung.

3.8.1 Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (uji F)

Hipotesis di uji juga dengan uji F_{hitung} dengan rumus

$$uji F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Sugiyono (2007: 235)}$$

Untuk menerima atau menolak hipotesis. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan menolak H_0 jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikansi 95%.

3.8.2 Pengujian Koefisien Regresi secara Parsial (uji t)

Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus :

$$uji t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad \text{Sugiyono (2007: 230)}$$

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji nilai t_{hitung} . Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari setiap variabel bebas (X_1 dan X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Kriteria untuk menolak atau menerima hipotesis, pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikan 95% adalah :

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan menolak H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan.

- b. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial.

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi

Rumus Uji Determinasi

$$R^2 = \frac{b_1X_1y + b_2X_2y}{y_2}$$

Sudjana (1996:368)

Koefisien Determinasi (uji R^2) merupakan proporsi atau persentase dari total variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variable bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variable terikatnya di dalam fungsi yang bersangkutan. Besar nilai R^2 diantara nol dan satu maka ($0 < R^2 < 1$) dengan ketentuan sebagai berikut.

- Jika nilai R^2 -nya semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variable bebas dan terikat semakin dekat pula
- Jika semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antar variable bebas dengan variable terikat tidak mendekati