

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian.**

Penelitian ini menganalisis mengenai faktor – faktor bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung , objek penelitian yang menjadi variable bebas (*independen variable*) adalah bauran pemasaran yang menjadi variable terikat (*dependen variable*) adalah loyalitas konsumen (Y) di restoran lokomotif kuliner Bandung yang terletak berlokasi di Jl. Perintis Kemerdekaan No.1 Bandung, Jawa Barat- Indonesia.

#### **3.2 Metode Penelitian.**

Menurut Rosdy Ruslan (2003:24) dikutip dalam Topan Setiawan di jurnal pengertian metode, penelitian dan metode penelitian adalah :” metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.

Adapun pengertian Penelitian dikutip dalam Topan Setiawan di jurnal pengertian metode, penelitian dan metode penelitian adalah : penelitian adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji

kebenaran suatu pengetahuan, yang dilakukan dengan metode-metode ilmiah.

Metodologi Penelitian menurut Sugiyono ( 2011:1) : “ merupakan cara untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi penelitian Deskriptif Kualitatif hal ini dikarenakan bahwa penelitian ini menggunakan data terukur sehingga penggunaan data terukur dalam penelitian diharapkan bisa dapat menarik kesimpulan dari data tersebut.

Secara sederhana pengertian menurut Taylot dan Bogdan, (1984) dalam Bagong Suyanto Et Al. (2005:166) metodologi deskripsi kualitatif adalah : “Penelitian yang bisa menghasilkan data deskripsi mengenai kata-kata lisan maupun tertulis dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang di teliti.

Adapun statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi analitik, penelitian deskriptif menurut Drs Kuntjojo (2009:45) : “ Penelitian Deskripsi dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fakta-fakta mengenai populasi secara sistematis, dan akurat, dalam penelitian deskripsi fakta- fakta hasil penelitian disajikan apa adanya, hasil penelitian deskripsi sering digunakan, atau dilanjutkan dengan dilakukannya penelitian analitik”.

Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala likert yaitu skala yang digunakan tidak hanya satu jawaban akan tetapi beberapa jawaban, menurut, (Nazir :1999) dan (Good dan Haat,1952) Skala Likert

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

adalah : “ skala yang dilakukan dengan cara mengubah fakta-fakta kualitatif yang melekat pada objek atau subjek penelitian (*attribute*) menjadi urutan kuantitatif.

Pembuatan skala pengukuran ini dibuat dengan mendasarkan pada dua asumsi yaitu : 1) Ilmu pengetahuan pada hari ini lebih cenderung menggunakan prinsip-prinsip matematika. 2) Ilmu pengetahuan semakin menuntut presisi yang lebih baik utamanya dalam mengukur gradasi, misalnya sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju: atau dalam urutan angka contohnya : 5,4, 3, 2, 1.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi satu variabel *independent* yaitu Bauran Pemasaran (X) yang dalam pembahasannya meliputi tentang produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses, sedangkan loyalitas konsumen sebagai variabel *dependent* (Y). variabel-variabel tersebut digambarkan lebih jelas dalam tabel berikut :

**Tabel 3.3**  
**Operasionalisasi Variabel.**

<b>Variable</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analisis</b>	<b>Ukuran Data</b>
<b>Bauran pemasaran</b>	Marketing Mix menurut Zeithaml dan Bitner (2001:18) dalam Ratih Hurriyati (2010:48) mengemukakan	Jumlah skor perbedaan standar likert	Data yang diperoleh dari konsumen dengan skala likert mengenai : 1. Produk. 2. Harga.	Ordinal

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	:" Bauran Pemasaran adalah element – element organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen.	yang dilihat dari dimensi bauran pemasran	3. Lokasi. 4. Promosi. 5. Orang/Partisipant. 6. BuktiFisik. 7. Proses.	
<b>Loyalitas konsumen</b>	Loyalitas konsumen menurut griffin (2002:4) dalam Ratih Hurriyati (2010:129) ialah :” loyalias konsumen lebih mengacu kepada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan Pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.	Jumlah skor perbedaan standar likert yang dilihat dari Gambaran tentang karakteristik dari loyalitas konsumen	Data yang diperoleh dari konsumen dengan skala likert mengenai :  1.Melakukan Pembelian secara teratur. 2.Merekomendasikan atau menyarankan produk/jasa yang bersangkutan. 3.Menunjukkan daya tarik produk tersebut.	Ordinal

Sumber: pengolahan data 2013

### 3.4 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data.

#### 3.4.1 Sumber Data.

Sumber data yang di dapatkan dalam penelitian ini terdapat dua data jenis yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Sumber Data Penelitian.**

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Profil restoran Lokomotif Kuliner Bandung	Data Sekunder	Lokomotif Kuliner Bandung
2.	Jumlah pengunjung Lokomotif Kuliner Bandung	Data Primer	Responden Lokomotif Kuliner Bandung
3.	Tanggapan ketidakpuasan di Lokomotif Kuliner Bandung	Data Primer	Responden Lokomotif Kuliner Bandung

Sumber: Restoran Lokomotif Kuliner Bandung.

#### a. Data Primer.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Data Primer menurut V. Wiratna Sujarweni & Poly Endaryanto (2012:21) adalah : ”Data yang biasanya didapat dari subjek penelitian dengan cara melakukan pengamatan, percobaan, interview/wawancara, cara untuk mendapatkan data primer biasa melalui observasi atau pengamatan langsung subjek diberi lembar yang berisi pertanyaan untuk di isi, pertanyaan itu di tunjukan untuk responden.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder menurut V. Wiratna Sujarweni & Poly Endaryanto (2012:21) adalah : “ Data yang tidak langsung diperoleh dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis, dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi seperti data yang diperoleh dari situasi-situasi internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti contohnya adalah : artikel, study literatur, tesis dan karya ilmiah lainnya”.

### **3.4.2 Teknik Pengambilan Data.**

Dalam suatu penelitian memerlukan data dan informasi yang akurat yang berguna untuk pemecahan masalah dalam penelitian tersebut, diperlukan data yang tepat dan akurat, agar penelitian ini sesuai tujuan yang diinginkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **a. Wawancara.**

Wawancara, yaitu kegiatan untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat secara langsung, menurut Dr. Mahi M. Hikmah (2011:79) adalah

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

:” Teknik wawancara adalah teknik pencarian data/informasi mendalam yang diajukan kepada responden/informan dalam bentuk pertanyaan susulan setelah teknik angket dalam pertanyaan lisan”

#### **b. Observasi.**

Observasi yaitu, merupakan kegiatan peninjauan atau pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, yang terdiri dari gambaran secara umum maupun terperinci tentang objek penelitian, menurut Dr. Mahi M. Hikmah (2011:73) : ” Teknik observasi ilmiah adalah kegiatan mengamati dan mencermati serta melakukan pencatatan data dan informasi sesuai dengan penelitian, teknik observasi dapat dijelaskan sesuai dengan konteks penelitian.

#### **c. Angket.**

Kuisisioner atau angket adalah alat untuk mengumpulkan informasi sesuai dengan tujuan penelitian. Alat ini berupa sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada responden sesuai dengan masalah penelitian. Kuisisioner ini disebut dengan angket, definisi menurut Soehartono (2002:65).

Adapun menurut Dr. Mahi M. Hikmah (2011:77) adalah : “ Angket (*self administered questionnaire*) adalah teknik pengumpulan dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Responden adalah istilah lain dari informan adalah orang

yang memberikan tanggapan (*respons*) atau menjawab atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

### **3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.**

#### **3.5.1 Populasi.**

Populasi (*populations*) Secara Etimologi dapat diartikan penduduk atau orang banyak yang memiliki sifat universal. Bohar Soeharto (1993:85) dalam Dr. Mahi M. Hikmah (2011:60) adalah mendefinisikan populasi adalah : ” Keseluruhan objek penelitian, mungkin berupa manusia, gejala-gejala, benda-benda, pola sikap, tingkah laku dsb yang menjadi objek penelitian”.

Adapun menurut Sugiyono (1999:57) dalam Dr. Mahi M. Hikmah (2011:61) yaitu : ”Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah banyaknya rata-rata pembeli yang telah membeli di lokomotif kuliner Bandung adalah sebanyak 490 orang per minggunya.

#### **3.5.2 Sampel.**

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut Sugiono (1999:57) dalam Dr. Mahi M. Hikmah (2011:61) : ” Sampel adalah sebagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.

Adapun menurut Soeharto (1993:85) Dr. Mahi M. (2011:61):“ Sampel adalah objek dari populasi yang diambil melalui teknik sampling, yakni cara-cara mereduksi objek penelitian dengan mengambil sebagian saja yang dapat dianggap representative terhadap populasi”.

Populasi di lokomotif kuliner Bandung per bulannya sebanyak 2449 orang, populasi per minggunya sebanyak 490 orang, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus :

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

Sumber : Dr. Mahi M (2011:61).

Keterangan :

n= Populasi

n = Sampel.

e = 0,1 (merupakan tingkat kesalahan).

$$n = \frac{490}{1+490(0,1)^2} = \frac{490}{5,90} = 83,05 = 84$$

Jadi sampel minimal yang diambil adalah sebanyak 83 pengunjung dibulatkan menjadi 84 orang. Agar sampel yang digunakan representatif,



maka sampel yang digunakan didalam penelitian ini ditambah 16 orang sehingga berjumlah 100 Orang.

### **3.5.3 Teknik Sampling.**

Teknik Sampling menurut V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endaryanto (2012:13): “Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian”, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian sistematis yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut”.

## **3.6 Uji Validasi dan Uji Realbility.**

### **3.6.1 Uji Validasi.**

Menurut V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endaryanto (2012:176): “Uji Validasi digunakan untuk mengetahui butir- butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel”, Sedangkan menurut Sugiyono (2011: 352) : ”Instrument atau uji validasi yang digunakan

dalam penelitian, validitasi adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan”.

Rumus uji validasi yang digunakan adalah menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai

berikut: 
$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : V. WiratnaSujarwenidan Poly Endaryanto (2012:176).

Keterangan :

R	= Koefisienvaliditas item yang dicari
X	= Skor yang diperolehsubjekdariseluruh item
Y	= Skor total
$\sum X$	= Jumlahskordalamdistribusi X
$\sum Y$	= Jumlahskordalamdistribusi Y
$\sum X^2$	= Jumlahkuadratdalamskordistribusi X
$\sum Y^2$	= Jumlahkuadratdalamskordistribusi.

Keputusan Uji Validasi ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 5 %, maka item pertanyaan dikatakan valid
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 5 %, maka item pertanyaan dikatakan tidak valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Reliabilitas menurut V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endaryanto (2012:176) adalah : “ (keandalan) merupakan ukuran suatu kesetabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuisisioner”.

Adapun menurut Sugiyono (2011:275) korelasi *product moment* ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variable, Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah *instrument* yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten dengan menggunakan rumus :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : V. WiratnaSujarwenidan Poly Endaryanto (2012:176)

Keterangan :

- R = Koefisienvaliditas item yang dicari
- X = Skor yang diperolehsubjekdariseluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$  = Jumlahskordalamdistribusi X
- $\sum Y$  = Jumlahskordalamdistribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlahkuadratdalamskordistribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlahkuadratdalamskordistribusi.

Keputusan Uji ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 5 %, maka item pertanyaan dikatakan realibility.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 5 %, maka item pertanyaan dikatakan tidak realibility.

### 3.6.3 Hasil Pengujian Validasi.

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Validasi Instrument.**

No.	Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	Bauran Pemasaran	0,497	0,361	Valid
2		0,539	0,361	Valid
3		0,526	0,361	Valid
4		0,639	0,361	Valid
5		0,570	0,361	Valid
6		0,644	0,361	Valid
7		0,599	0,361	Valid
8		0,516	0,361	Valid
9		0,440	0,361	Valid
10		0,592	0,361	Valid
11		0,613	0,361	Valid
12		0,459	0,361	Valid
13		0,489	0,361	Valid
14		0,622	0,361	Valid
15	Loyalitas Konsumen	0,553	0,361	Valid
16		0,530	0,361	Valid
17		0,660	0,361	Valid

Sumber : Data Diolah 2013 dari Hasil kuisisioner jawaban responden.

### 3.6.4 Hasil Pengujian Realibilitas

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Realibilitas Instrument.**

No.	Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	Bauran Pemasaran	0,423	0,361	Realibel
2	Loyalitas Konsumen	0,423	0,361	Realibel

Sumber : Data Diolah 2013 dari Hasil kuisisioner jawaban responden.

## 3.7 Teknik Analisis Data.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data skala likert dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisa bauran pemasaran 7p terhadap loyalitas konsumen, maka dapat digunakan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana:

### 3.7.1 Analisis Method of Successive (MSI).

Dalam penelitian ini jenis data yang diggunakan adalah data yang berbentuk data ordinal, sedangkan data yang dapat di uji dalam uji regresi dan korelasi adalah data yang berbentuk interval, oleh karena itu, data yang berbentuk ordinal harus diubah ke dalam data interval melalui pengolah data Method of Successive (MSI), adapun langkah-langkah dari mengolah data Method Of Successive Interval adalah sebagai berikut :

1. Perhatikan setiap butir pertanyaan yang terdapat di dalam angket.
2. Untuk butir tersebut, tentukan berapa banyak orang yang menjawab dengan perolehan skor 1,2,3,4,5 yang disebut frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut dengan proporsi.
4. Tentukan proporsi kumulatif (PK) dengan cara menjumlahkan antara proporsi yang ada dengan proporsi sebelumnya.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal baku, tentukan nilai z untuk setiap katagori
6. Tentukan nilai densitas untuk setiap nilai z yang diperoleh dengan menggunakan tabel ordinat distribusi normal baku.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

7. Hitung skala value (SV) atau nilai skala dengan rumus sebagai berikut :

$$SV = \frac{\text{density of lower limit} - \text{density of upper limit}}{\text{area below upper limit} - \text{area below lower limit}}$$

Setelah data di transformasikan dari data ordinak ke data interval maka langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis menggunakan teknis analisis data regresi untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y.

### 3.7.2 Analisis Regresi Linier.

Menurut Sugiyono (2011:260) “ Analisis Linier digunakan oleh peneliti, bila peneliti untuk meramalkan untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependent (X1) dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independent (Y1) atau tidak.

Adapun rumus dari regresi liner untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Sumber : Sugiyono (2011:261)

Keterangan :

- Y = Subjek dari variable dependent yang diprediksi.
- a = harga Y ketika harga X= 0 (harga konstan).

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- $b$  = angka arah/koeffisen regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variable dependent yang di dasarkan pada perubahan variabel independent, bila (+) arah garis naik, bila (-) maka arah garis turun.
- $X$  = subjek pada variable indenpenden yang mempunyai nilai tertentu.
- 

Langkah – langkah dalam mencari regresi linear adalah sebagai berikut :

1. Mencari harga- harga yang akan digunakan untuk koefisien  $a$  dan  $b$  dengan cara sebagai berikut :  $\sum X_i$ ,  $\sum Y_i$ ,  $\sum X_i Y_i$ ,  $\sum X_i^2$ , dan  $\sum Y_i^2$ .
2. Menentukan nilai koefisien  $a$  dan  $b$  dengan menggunakan rumus berikut :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Sumber : Sugiyono (2011:262).

### 3.7.3 Uji Simultan (F).

Uji ini merupakan pengujian terhadap *koefisien regresi* secara bersama-sama, yakni melihat pengaruh dari seluruh *variable* bebas terhadap *variable* terikat. Adapun rumus F hitung adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Sumber :Sugiyono, (2011:235)

Kriteria pengambilan keputusan dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  adalah sebagai berikut : Jika  $F_{hitung} \geq F_{Tabel}$   $H_0$  ditolak (tidak signifikan) dan jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$   $H_0$  diterima.

Keterangan :

F = Nilai simultan yang akan dicari

k = Jumlah variable independen (bebas)

n = Jumlah sampel

r =Nilai koefisien korelasi linear.

Keputusan uji :

1. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh bauran Pemasaran terhadap loyalitas konsumen.
2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen.

### 3.7.1 Uji Korelasi Parsial.

Menurut Sugiyono (2011:235) Korelasi Parsial digunakan untuk menganalisis bila peneliti bermaksud mengetahui pengaruh hubungan secara *variabel dependent* dan *independent*, dimana salah satu parsial.

Kolerasi parsial digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara suatu *variable* bebas dengan satu *variable* terikat, dengan cara

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



mengkondisikan *variable* bebas lainnya dibuat tetap atau konstans atau dikendalikan dalam *multiple correlation*.

Rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-3)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Sumber : Sugiyono (2011:235)

Keterangan :

t = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel.

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , berarti *variable independent* berpengaruh secara signifikan terhadap *variable dependen*, sebaliknya jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka berarti tidak signifikan.

Untuk menentukan nilai inversi dari besar kecilnya koefisien korelasi dapat dilihat dalam teori dari Sugiyono (2011:231) sebagai berikut :

- a) Interval koefisien korelasi 0,00 - 0,199 : Sangat Rendah.
- b) Interval koefisien korelasi 0,20 - 0,399 : Rendah.
- c) Interval koefisien korelasi 0,40 - 0,599 : Sedang.
- d) Interval koefisien korelasi 0,60 - 0,799 : Tinggi.
- e) Interval koefisien korelasi 0,80 - 1,000 : Sangat Tinggi.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



**Windy Oktaviana Nur Utami, 2013**

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)