

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2014), objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Objek dalam penelitian ini meliputi dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X) dan variabel terikat adalah Loyalitas Tamu (Y) pada Hotel Sheraton Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:5) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengertian metode kuantitatif menurut Sugiyono (2010:2) adalah suatu metode untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jadi penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan rumusan masalah deskriptif dan verifikatif.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif dan verifikatif, karena adanya variabel-variabel yang akan diteliti hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, mengenai fakta-fakta serta hubungan antara variabel yang diteliti.

Pengertian pendekatan deskriptif menurut Sugiyono (2010:53) adalah metode yang digunakan untuk mencari jawaban dari rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap kebenaran variabel baik hanya pada satu variabel atau lebih. Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen pada Hotel Serathon Bandung.

Pengertian pendekatan verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Narimawati Umi (2010:29) adalah 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. Menurut Sugiyono (2009:55) metode pendekatan verifikatif merupakan pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan antara dua variabel atau lebih.

Maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian merupakan langkah-langkah yang dilakukan sehingga masalah yang dirumuskan dapat dipecahkan secara sistematis, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif karena berlandaskan pada tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu pada Hotel Sheraton Bandung.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2010:115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk mempelajari kemudian ditarik kesimpulan. Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah atau sedang menginap di Hotel Sheraton Bandung. Tamu di Hotel Sheraton ini cukup banyak, maka dari itu penulis mengefesienkan waktu dengan melakukan sampling yaitu pengambilan sampel dari rata – rata tamu yang berkunjung dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017, maka di dapat 16.253 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:62). Besarnya sampel dapat ditentukan secara statistik maupun melalui estimasi penelitian. Dalam penelitian ini sampel yang akan diteliti dan dipilih terdapat beberapa karakteristik yang ada pada populasi sehingga tercermin pada sampel yang dipilih. Pertimbangan efisiensi sumber daya akan mempengaruhi besarnya jumlah sampel yang diambil (Anwar, 2004: 82).

Menurut Sugiyono (2016:81) pengertian dari teknik sampling adalah teknik pengembalian sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik Probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan random sampling dimana pengambilan sampel dilakukan secara acak. dengan menggunakan rumusan dari slovin pada taraf 5% maka diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (d)^2} = \frac{16.253}{1 + 16.253 (0,05)^2} = 206,8766 \approx 207$$

Dengan demikian maka sampel yang digunakan adalah sebanyak 207 tamu di Hotel Sheraton Bandung.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan salah satu langkah setelah melakukan konseptual dan merupakan suatu proses untuk mengembangkan apa yang disebut sebagai definisi variabel. Sedangkan definisi konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variable bebas adalah merupakan variable yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable terikat (Dependen) sering disebut *variable stimulus, predictor*, atau *antecedent*. Variabel bebas mampu mempengaruhi variable lain atau mampu mengikat variabel lain Sugiyono, (2009:39), dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah variabel Kualitas Pelayanan.
2. Variabel terikat (Dependen) merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable bebas, sering juga disebut *variable output* (Sugiyono,2009:40), dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Konsumen.

Untuk lebih memahami variabel yang diteliti, maka peneliti menjabarkan dalam konsep operasionalisasi variabel pada sebuah tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variable

Variabel/Sub Variabel	Konsep/ Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pertanyaan dalam Kuesioner
Kualitas Pelayanan (X)					
<i>Tangible</i>	Suatu Bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa adalah penampilan dan kemampuan sarana ataupun prasarana yang dimiliki oleh perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya. (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011:182)	Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan bahan komunikasi.	Tingkat Suatu bangunan fisik hotel yang tertata rapi. Tingkat sarana dan prasarana yang memadai.	Ordinal Ordinal	No. 1 No. 2
<i>Responsiveness</i>	Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011:182)	Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.	Tingkat Tanggung Jawab Karyawan dalam menanggapi keluhan tamu. Tingkat kecepatan dalam memberikan pelayanan.	Ordinal Ordinal	No. 3 No. 4
<i>Assurance</i>	Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dan tidak ragu-ragu terhadap perusahaan tersebut. (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011:182)	Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan.	Tingkat Kesopan santunan karyawan terhadap tamu. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap tamu.	Ordinal Ordinal	No. 5 No. 6

Variabel/Sub Variabel	Konsep/ Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pertanyaan dalam Kuesioner
<i>Empathy</i>	Kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan harapan dapat mengetahui segala keinginan dan kebutuhan pelanggan. (Lupiyadi dan Hamdani, 2011:182)	Kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing – masing pelanggan.	Tingkat perhatian yang tulus akan kebutuhan tamu.	Ordinal	No. 7
			Tingkat empati yang tinggi terhadap tamu	Ordinal	No. 8
<i>Reliable</i>	Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan. (Lupiyadi dan Hamdani, 2011:182)	Kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.	Tingkat pelayanan yang akurat terhadap tamu.	Ordinal	No. 9
			Tingkat kesesuaian pelayanan yang telah di janjikan oleh hotel.	Ordinal	No. 10
Loyalitas Konsumen (Y)	Sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu (Sutisna, 2013:41)	<i>Trust</i>	Tingkat Tanggapan kepercayaan tamu terhadap hotel.	Ordinal	No 1
			Tingkat kunjungan kembali tamu untuk kebutuhan menginapnya.	Ordinal	No. 2
			Tingkat penanggapan hotel oleh tamu secara emosional.	Ordinal	No. 3

Variabel/Sub Variabel	Konsep/ Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pertanyaan dalam Kuesioner
			Tingkat pembelian produk dan jasa yang di tawarkan oleh hotel.	Ordinal	No. 4
		<i>Switching cost</i>	Tingkat kesetiaan tamu untuk tidak pindah ke hotel lain.	Ordinal	No. 5
			Tingkat biaya yang dikenakan oleh hotel terjangkau.	Ordinal	No. 6
		<i>Word of mouth</i>	Tingkat pemasaran oleh tamu dari mulut ke mulut.	Ordinal	No. 7
			Tingkat perilaku tamu merekomendasikan hotel.	Ordinal	No. 8
		<i>Cooperation</i>	Tingkat perilaku taat terhadap peraturan dihotel.	Ordinal	No. 9
			Tingkat perilaku tamu yang menunjukkan sikap bekerja sama dengan baik.	Ordinal	No. 10

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis data tersebut maka prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui

1. Studi lapangan, yaitu teknik pengambilan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian. Studi lapangan ini menggunakan dua bentuk kegiatan yaitu:
 - a. Observasi, yaitu pengambilan data atau informasi dengan mengamati langsung terhadap objek yang sedang diteliti untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya.
 - b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis dan terstruktur kepada responden untuk memperoleh

Rizki Muhammad Adliansyah, 2019

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS TAMU DI HOTEL SHERATON BANDUNG

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

keterangan mengenai masalah yang diteliti. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan dengan disertai alternative jawaban yang telah disediakan.

2. Studi Kepustakaan, yaitu pengambilan data dengan cara mempelajari buku-buku dan dokumen yang berhubungan dengan pokok-pokok penelitian. Studi kepustakaan ini bertujuan untuk menjangkau data sekunder sebagai bahan referensi dalam membantu melakukan analisis terhadap permasalahan yang ada dilapangan.

3.6 Teknik pengujian Data

Pada tahapan ini penulis akan melakukan pengujian terhadap kualitas data dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas setelah itu dilakukan analisis data yang kemudian akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner sebagai instrument penelitian dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut, Ghozali (2011). Suatu tes dikatakan memiliki validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurannya atau memberikan hasil dengan maksud digunakannya tes tersebut. Dalam uji validitas ini digunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

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

Dimana:

r = koefisien korelasi

$\sum X$ = jumlah skor item

$\sum Y$ = jumlah skor total

N = jumlah responden

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai dari tabel korelasi nilai r dengan derajat kebebasan $(n-2)$, dimana n menyatakan jumlah banyaknya responden. Jika $r_{hitung} > r_{0,05}$ dikatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} \leq r_{0,05}$ tidak valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner kedua variabel kepada 20 responden yang diteliti disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3. 2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0.550	0.423	Valid
	2	0.512	0.423	Valid
	3	0.728	0.423	Valid
	4	0.706	0.423	Valid
	5	0.799	0.423	Valid
	6	0.525	0.423	Valid
	7	0.867	0.423	Valid
	8	0.565	0.423	Valid
	9	0.656	0.423	Valid
	10	0.598	0.423	Valid

Variabel	Nomor Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
Loyalitas Konsumen (Y)	1	0.570	0.423	Valid
	2	0.812	0.423	Valid
	3	0.692	0.423	Valid
	4	0.784	0.423	Valid
	5	0.579	0.423	Valid
	6	0.809	0.423	Valid
	7	0.790	0.423	Valid
	8	0.541	0.423	Valid
	9	0.625	0.423	Valid
	10	0.735	0.423	Valid

Pada tabel 3.2 terlihat bahwa nilai indeks validitas pada masing-masing item pertanyaan variabel kualitas pelayanan dan loyalitas tamu yang diukur melalui nilai korelasi *product moment* yang memiliki nilai di atas nilai r tabel dengan $\alpha=5\%$ dan $n = 20$ sebesar 0.423, dengan demikian maka masing-masing pertanyaan dinyatakan valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Tes reliabilitas adalah tes yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah alat pengumpul data yang digunakan menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan, dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda. Untuk menghitung uji reliabilitas, penelitian ini menggunakan rumus *alpha* dari *Cronbach* sebagaimana berikut:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_n^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana;

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_n^2$ = Jumlah *varians* butir

σ_t^2 = *varians* total

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Nunnally dalam Ghozali, 2011:25).

Hasil pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Penelitian

Variabel	Indeks Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0.901	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0.918	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.3 nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner keenam variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0,70 hasil ini menunjukkan bahwa butir kuesioner pada variabel kualitas pelayanan dan loyalitas tamu handal untuk mengukur variabelnya masing-masing serta dapat dikatakan memiliki ketepatan yang tinggi untuk dijadikan variabel pada suatu penelitian.

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dalam mengungkapkan makna dari data yang telah diproses dari proses penelitian yang telah dilakukan. Dalam penelitian ini, analisis data merupakan upaya menyelidiki secara mendalam tentang data yang berhasil diperoleh peneliti berlangsung sehingga akan diketahui makna dan keadaan yang sebenarnya dari apa yang telah diteliti. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana dimana penjelasan dijabarkan sebagai berikut:

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012:147) analisis deskriptif adalah statistik 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. Data yang dideskripsikan merupakan variabel-variabel dependent dan independent dalam penelitian yaitu Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Tamu pada Hotel Sheraton Bandung yang diperoleh berdasarkan tanggapan responden yang ada dalam kuesioner.

Gambaran data tanggapan responden dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Setelah data diperoleh, kemudian dilakukan analisis dengan langkah langkah sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kuesioner yang telah di isi oleh responden dikumpulkan kembali untuk dilakukan pemeriksaan menyangkut pengisian kelengkapan angket menyeluruh.
- b. *Coding*, Yaitu pemberian kode atau skor untuk setiap item berdasarkan ketentuan yang ada untuk memudahkan menganalisa data.
- c. *Tabulating*, yaitu dalam hal ini hasil coding dituangkan ke dalam table rekapitulasi secara lengkap.Membuat tabulasi adalah dengan memasukan data kedalam tabel dan mengukur angka-angka sehingga dapat dihitung jumlah kasus dalam berbagai kategori.

Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan perhitungan persentase dalam total skor rata-rata jawaban responden dalam penelitian ini menurut sugiyono (2008) menggunakan rumus:

$$\text{Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Skor actual adalah jawaban keseluruhan responden atas kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memiliki jawaban dengan skor tertinggi. Adapun criteria skor yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Kriteria Persentase skor

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Sangat Rendah/Tidak Baik
2	36.01% - 52.00%	Rendah/Kurang Baik
3	52.01% - 68.00%	Cukup Tinggi/Cukup Baik
4	68.01% - 84.00%	Tinggi/Baik
5	84.00% - 100%	Sangat Tinggi/Sangat Baik

Sumber: Narimawati, Umi (2007:85)

3.7.2 Regresi Linier Berganda

Untuk pengujian, uji statistik yang diajukan menggunakan statistik parametrik berdasarkan data-data yang diperoleh. Karena variabel terikat dipengaruhi oleh dua buah variabel bebas, maka pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple linier regression*) untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sugiyono (2013:275) menjelaskan regresi ganda adalah sebagai berikut:

“Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya)”

Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang dihasilkan sudah dapat digunakan untuk menarik kesimpulan atau untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Tangible*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Reliable* dengan variabel dependen Loyalitas Tamu. Model persamaan Regresi Linier Berganda untuk analisis pengaruh secara bersama-sama variabel-variabel penelitian menurut Sugiyono (2015:188) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana:

- Y = Loyalitas Konsumen
- a = Konstanta
- b₁,...,b₅ = Koefisien Regresi
- X₁ = *Tangible*
- X₂ = *Responsiveness*
- X₃ = *Assurance*
- X₄ = *Empathy*
- X₅ = *Reliable*

Arti koefisien b adalah jika nilai b positif (+), hal tersebut menunjukkan hubungan yang searah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain, peningkatan (penurunan) besarnya nilai variabel bebas akan diikuti oleh besarnya peningkatan (penurunan)

nilai variabel terikat. Jika nilai b negatif (-) menunjukkan hubungan yang berlawanan arah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain, peningkatan (penurunan) besarnya nilai variabel bebas dan diikuti oleh besarnya penurunan (peningkatan) nilai variabel terikat.

3.7.3 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel atau lebih bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio, dan sumber data baru dua variabel atau lebih tersebut adalah sama. Maksud dari korelasi bivariat parametrik *Pearson Product Moment* menurut Sugiyono (2013:159) adalah sebagai berikut:

“Korelasi *Pearson* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel tergantung.”

Sedangkan persamaannya adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

- r = koefisien korelasi
- $\sum X$ = jumlah skor item
- $\sum Y$ = jumlah skor total
- N = jumlah responden

Koefisien korelasi mempunyai nilai -1 dan 1, yaitu $-1 \leq r \leq 1$, dimana:

1. Nilai $r = -1$, disebut korelasi linier negatif (berlawanan arah). Artinya terdapat hubungan negatif yang sempurna antara variabel X dengan variabel Y.
2. Nilai $r=1$, disebut korelasi linier positif (searah). Artinya terdapat hubungan positif yang sempurna antara variabel X dengan variabel Y.
3. Nilai $r=0$, disebut tidak berkorelasi secara linier. Artinya tidak ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Besarnya koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat dapat diinterpretasikan melalui tabel berikut ini:

Tabel 3. 5 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2015:184)

3.7.4 Koefisien Determinasi

Dalam analisis koefisien determinasi yang sering disebut juga sebagai koefisien penentu, karena besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Koefisien ini berguna untuk mengetahui seberapa besar Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Responsiveness, Assurance, Empathy*, dan *Reliable* secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen. Adapun

pengertian koefisien determinasi menurut Sugiyono (2013:241) adalah kemampuan variabel X (variabel independen) mempengaruhi variabel Y (variabel dependen), semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut

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

Dimana:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi *Pearson*

3.7.5 Hipotesis

Langkah selanjutnya untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau tidak, maka yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan pengujian hipotesis selanjutnya yang terdiri dari uji t dan uji F.

1. Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variasi variabel independen. Hipotesis diuji dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan menggunakan daftar tabel distribusi F dengan derajat kebebasan yaitu $(db) = n - k - 1$ dan tarifnya menggunakan 5% artinya peluang besar atau kecilnya risiko pada waktu membuat kesalahan adalah 0,05%. Perbandingannya adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Tangible*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Reliable* terhadap Loyalitas Konsumen.
2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Tangible*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Reliable* terhadap Loyalitas Konsumen.

2. Uji Koefisien Regresi secara Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Berdasarkan analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan terhadap dasar untuk penarikan kesimpulan diterima atau ditolaknya hipotesis yang diajukan, maka nilai t dari perhitungannya dibandingkan dengan nilai t dari tabel distribusi dengan menggunakan derajat kebebasan (dk) sebagai $n - 2$.

Tingkat signifikansi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Tingkat signifikansi sebesar 0,05 artinya kemungkinan besar dari hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas sebesar 95% atau toleransi kesalahan sebesar 5%. Kesimpulan yang akan diambil adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen (*Tangible*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Reliable*) terhadap variabel dependen (Loyalitas Konsumen).
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen (*Tangible*,

Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Reliable) terhadap variabel dependen (Loyalitas Konsumen).