

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas atau *independent variable* (X) adalah pelayanan prima yang terdiri dari kecepatan, keramahan, dan kenyamanan. Sedangkan, yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* (Y) ialah loyalitas pelanggan yang terdiri dari pembelian ulang, penolakan terhadap produk pesaing, penciptaan prospek /menarik pelanggan baru, dan pembelian di luar lini produk.

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah pelanggan pada Kimia Farma Apotek yang berada di Kawasan Parujakan Cirebon, maka dari itu yang akan dianalisis adalah yang berhubungan dengan pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu bulan Desember 2012 sampai Maret 2012, maka metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein Umar (2008:45) adalah pendekatan *cross sectional*, yaitu “Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”.

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti di lapangan.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan prosesnya, penelitian dapat digolongkan sebagai *quantitative research* dan *qualitative research*. Menurut Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (2006: 3) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. *Qualitative research* berfokus pada persepsi terhadap suatu fenomena dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman atas isu yang ada. Berlandaskan uraian tersebut maka penelitian yang umumnya digunakan dalam penulisan skripsi menggunakan *qualitative research*.

Sedangkan berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2010:11) menjelaskan bahwa, “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain”. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran secara keseluruhan mengenai pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan Kimia Farma Apotek Cirebon.

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Adapun penelitian verifikatif diterangkan oleh Suharsimi Arikunto (2009:8) “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dimana pengujian hipotesis tersebut menggunakan perhitungan-perhitungan statistik”. Dalam penelitian ini akan diuji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan Kimia Farma Apotek Cirebon.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Maholtra (2009:96) menyatakan bahwa:

Explanatory survey dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan yang berharga.

Pengertian tersebut penelitian yang digunakan dalam metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Menurut Bambang Sunggono (2010: 70), “*Metode survey*, yaitu usaha koleksi data dalam jumlah besar”. Sedangkan Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (2006: 3) mengemukakan bahwa, “*Metode survey* adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok”.

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Survei informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Maholtra (2009:248), yang dimaksud dengan variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

Variabel bebas (*independent variable/ predictor variable*) merupakan variabel atau alternatif yang dimanipulasi dan yang mempengaruhi diukur dan dibandingkan. Variabel terikat (*dependent variable/criterion variable*) merupakan variabel yang mengukur efek dari variabel *independent* pada unit tes.

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti yang bersifat saling mempengaruhi. Dalam hal ini, variabel-variabel tersebut juga dapat disebut sebagai objek penelitian. Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti yang bersifat saling mempengaruhi. Dalam hal ini, variabel-variabel tersebut juga dapat disebut sebagai objek penelitian. Suharsimi Arikunto (2009: 96), menjelaskan bahwa, “Variabel adalah objek penelitian atau apa yang akan menjadi titik perhatian suatu penelitian”.

Dalam suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah pelayanan prima (X) terdiri dari kecepatan, keramahan, dan kenyamanan, terhadap loyalitas pelanggan (Y) terdiri dari pembelian ulang, penolakan terhadap

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

produk pesaing, penciptaan prospek /menarik pelanggan baru, dan pembelian di luar lini produk.

Data yang diperoleh dari jawaban responden disusun dengan menggunakan metode skala *semantic differential* sebagai berikut:

Bad | | | | | | | *Good*

Responden diberi keleluasaan memberikan penilaian/tanggapan sesuai dengan keinginannya. Skala data dengan menggunakan *semantic differential* ini memiliki skala interval. Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel / Sub Variabel / Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Pelayanan Prima (X)	<p><i>Excellence in customer service is the hallmark of success in service industries and among manufacturers of products that require reliable service.</i></p> <p>Keunggulan dalam layanan pelanggan adalah ciri keberhasilan dalam industri jasa dan produk yang memerlukan layanan handal. Zethaml (2009: 53)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kecepatan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kecepatan dalam menanggapi pelanggan yang datang 	Interval	1
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kecepatan dalam menyelesaikan resep 	Interval	2

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Variabel / Sub Variabel / Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			• Tingkat kecepatan menyelesaikan masalah yang muncul	Interval	3
		• Keramahan	• Tingkat kemudahan pegawai dalam memberikan senyum	Interval	4
			• Tingkat kemudahan pegawai dalam mengucapkan salam	Interval	5
			• Tingkat kebiasaan pegawai dalam menyapa pelanggan	Interval	6
			• Tingkat keramahan pegawai dalam tutur kata	Interval	7
		• Kenyamanan	• Tingkat kelengkapan sarana ruang tunggu yang nyaman	Interval	8
			• Tingkat kelengkapan obat	Interval	9
			• Tingkat keamanan tempat parkir	Interval	10
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/ jasa suatu perusahaan yang dipilih. (Griffin, 2008:31)				

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Variabel / Sub Variabel / Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Loyalitas dibagi menjadi 2 perspektif yaitu loyalitas sebagai perilaku dan loyalitas sebagai sikap. Loyalitas yang ditinjau dari merek produk/jasa apa yang dibeli pelanggan dan bagaimana perasaan (sikap pelanggan) terhadap merek tersebut. Fandy Tjiptono (2008:109)	<ul style="list-style-type: none"> Pembelian ulang (<i>repeat purchase</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian ulang karena kecepatan dalam melayani 	Interval	11
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian ulang karena keramahan dalam melayani 	Interval	12
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pembelian ulang karena kenyamanan tempat 	Interval	13
		<ul style="list-style-type: none"> Penolakan terhadap jasa pesaing (<i>immunity</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kecepatan pelayanan dalam penolakan terhadap jasa apotek pesaing 	Interval	14
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keramahan dalam penolakan terhadap jasa apotek pesaing 	Interval	15
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kenyamanan dalam penolakan terhadap jasa apotek pesaing 	Interval	16
		<ul style="list-style-type: none"> Penciptaan prospek atau menarik pelanggan baru (<i>refers other</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ajakan kepada orang lain karena kecepatan 	Interval	17
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ajakan kepada orang 	Interval	18

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

			lain karena keramahan		
--	--	--	-----------------------	--	--

Variabel / Sub Variabel / Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			• Tingkat menceritakan kenyamanan tempat	Interval	19
		• Pembelian di luar lini produk (<i>purchase across product line</i>)	• Tingkat pembelian selain dari resep karena kecepatan dalam melayani	Interval	20
			• Tingkat pembelian selain dari resep karena karamahan dalam melayani	Interval	21
			• Tingkat pembelian selain dari resep karena kenyamanan tempat	Interval	22

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Sumber data adalah subjek dari mana data yang diperoleh (Suharsimi Arikunto, 2009: 129). Berdasarkan jenis dan sumbernya dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan sekunder.

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Malhotra (2009:120) mengungkapkan definisi data primer yaitu, “Data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya”. Sedangkan data sekunder yaitu, “Data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi”. Malhotra (2009:121)

Menurut Asep Hermawan (2008: 168) mengatakan bahwa:

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data beberapa survei ataupun observasi.

Data sekunder menurut Husein Umar (2008: 84), “Data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya yang diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan jurnal ilmiah.”

Sedangkan menurut Asep Hermawan (2008: 168) data sekunder adalah ”Struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain”. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Data Penelitian	Sumber Data	Jenis Data
Tingkat kesehatan penduduk di Indonesia	www.bps.go.id (Rabu, 3 Januari 2012)	Sekunder
Daftar apotek di Cirebon	Diolah dari berbagai sumber	Sekunder
Jumlah pengunjung apotek kimia farma Cirebon	Kimia Farma Apotek Cirebon	Primer
Jumlah apotek yang	Kimia Farma Apotek Cirebon	Primer

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dipercaya		
Tingkat kepuasan pelayanan	Kimia Farma Apotek Cirebon	Primer

Pelanggan yang menganjurkan KFA	Kimia Farma Apotek Cirebon	Primer
Karakteristik responden di Kimia Farma Apotek Cirebon	Responden	Primer
Pengalaman responden di Kimia Farma Apotek Cirebon	Responden	Primer
Tanggapan responden terhadap pelayanan prima di Kimia Farma Apotek Cirebon	Responden	Primer
Tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan Kimia Farma Apotek Cirebon	Responden	Primer

Sumber: Diolah dari berbagai data 2012

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Mengumpulkan dan menganalisa suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam pelaksanaan penelitian. Suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia, sehingga, peneliti mengambil sebagian saja dari objek populasi berupa sampel.

3.2.4.1 Populasi

Didalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan untuk mengambil

keputusan untuk menguji hipotesis. Menurut Maholtra (2009:369) berpendapat :

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Suatu populasi adalah total dari semua elemen yang berbagi beberapa seperangkat karakteristik. setiap proyek riset pemasaran memiliki populasi yang didefinisikan unik untuk dijelaskan dalam istilah parameter. Tujuan dari proyek riset pemasaran yang paling adalah untuk mendapatkan informasi tentang karakteristik atau parameter dari suatu populasi.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya. Populasi sasaran merupakan populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah total pengunjung per bulan yang menebus resep di Kimia Farma Apotek Cirebon sebanyak 2482 orang.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Bambang Sunggono (2010: 119) “Sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi”. Maka dari itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Agar memperoleh sampel yang dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Adapun rumus yang digunakan untuk memperoleh ukuran sampel, digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008: 141), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian,

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan sebesar 10%. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir
($e = 0,1$)

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{2482}{1 + 2482 (0.1)^2} = \frac{2482}{25.82}$$

$$n = 96.12 \approx 96 \text{ (hasil pembulatan)}$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti adalah 96 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2010: 116) “Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel”. Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik tertentu. Menurut Suharsimi Arikunto (2009: 111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana sampel unit diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang yang terpilih sebagai sampel didasarkan pada pertimbangan, memenuhi kriteria tertentu. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah responden yang membeli obat dengan resep lebih dari satu kali.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang dikumpulkan dalam melaksanakan penelitian ini meliputi:

1. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, situs *web-site*, majalah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari pelayanan prima dan loyalitas pelanggan.
2. Wawancara, sebagai cara untuk memperoleh data yang dibutuhkan langsung dari sumber yang bersangkutan, yaitu responden dan pegawai Kimia Farma Apotek Cirebon.
3. Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yaitu pembeli obat dengan resep pada Kimia Farma Apotek Cirebon yang menjadi konsumen Kimia Farma Apotek Cirebon. Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel X (pelayanan prima) dan Variabel Y (loyalitas pelanggan). Setelah itu, memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari pelayanan prima dan loyalitas pelanggan. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: a) Perpustakaan UPI, dan Perpustakaan Widyatama; b) Skripsi; c) Jurnal Ekonomi dan Bisnis; d) Media cetak (majalah); dan e) Media elektronik (Internet).

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Dalam suatu penelitian data adalah hal yang paling penting karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar atau tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Akuratnya data tergantung dari instrument pengumpulan data, sedangkan instrumen yang baik harus memiliki dua persyaratan yaitu validitas dan realibilitas.

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 16.0 dan dibantu *software microsoft excel*.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Sugiyono (2010:177)

Suharsimi Arikunto (2009:168) mengemukakan bahwa:

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Sugiyono, 2010:248})$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama.

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen pelayanan prima sebagai variabel X dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y. Jumlah pertanyaan untuk variabel X adalah 12 terdapat 2 item pertanyaan yang tidak valid, sedangkan untuk item pertanyaan variabel Y berjumlah 14 dan setelah di uji terdapat 2 item pertanyaan yang tidak valid. Lalu dilakukan *drop out* pada 2 item pertanyaan yang tidak valid dan dilakukan uji validitas ulang. Berikut Tabel 3.3 dan Tabel 3.4 mengenai hasil uji validitas.

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS PELAYANAN PRIMA

NO.	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
PELAYANAN PRIMA				
1. Kecepatan				
1.	Kecepatan pelayanan pada Kimia Farma Cirebon dalam menanggapi pelanggan yang datang	0,514	0,374	Valid
2.	Kecepatan pelayanan pada Kimia Farma Cirebon dalam menyelesaikan resep	0,639	0,374	Valid
3.	Kecepatan pelayanan pada Kimia Farma Cirebon dalam menyelesaikan masalah yang muncul	0,574	0,374	Valid
2. Keramahan				
4.	Pegawai pada Kimia Farma Cirebon selalu memberikan senyum	0,610	0,374	Valid
5.	Pegawai pada Kimia Farma Cirebon selalu mengucapkan salam	0,482	0,374	Valid
6.	Pegawai pada Kimia Farma Cirebon selalu menyapa pelanggan	0,516	0,374	Valid
7.	Keramahan pegawai Kimia Farma Cirebon dalam tutur kata	0,456	0,374	Valid
3. Kenyamanan				
8.	Kelengkapan sarana Kimia Farma Cirebon memiliki ruang tunggu yang nyaman	0,537	0,374	Valid
9.	Kimia Farma Cirebon memiliki kelengkapan obat	0,495	0,374	Valid
10.	Kimia Farma Apotek memiliki kelengkapan sarana tempat parkir yang aman	0,375	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012 (Menggunakan SPSS 16.0 For Windows)

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Berdasarkan Tabel 3.3 pada instrumen variabel pelayanan prima dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi kecepatan dengan item pernyataan kecepatan pelayanan pada Kimia Farma Cirebon dalam menyelesaikan resep yang bernilai 0,639. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi kenyamanan dengan item pernyataan Kimia Farma Apotek memiliki kelengkapan sarana tempat parkir yang aman yang bernilai 0,375 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya sedang.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar **0,374**. Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel pelayanan prima berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} .

Berikut ini Tabel 3.4 mengenai hasil uji validitas variabel loyalitas pelanggan yang pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel Y.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS LOYALITAS PELANGGAN

NO.	PERNYATAAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
LOYALITAS PELANGGAN				
1. Pembelian ulang (<i>repeat purchase</i>)				
1.	Anda dapat melakukan pembelian ulang di Kimia Farma Cirebon karena cepat dalam melayani	0,633	0,374	Valid
2.	Anda dapat melakukan pembelian ulang di Kimia Farma Cirebon karena keramahan dalam melayani	0,509	0,374	Valid
3.	Anda dapat melakukan pembelian ulang di Kimia Farma Cirebon karena kenyamanan dalam melayani	0,397	0,374	Valid

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

2. Penolakan terhadap jasa apotek pesaing (<i>immunity</i>)				
4.	Anda dapat menolak jasa apotek pesaing di Kimia Farma Cirebon karena cepat dalam melayani	0,628	0,374	Valid
5.	Anda dapat menolak jasa apotek pesaing di Kimia Farma Cirebon karena keramahan dalam melayani	0,521	0,374	Valid
6.	Anda dapat menolak jasa apotek pesaing di Kimia Farma Cirebon karena kenyamanan tempat	0,426	0,374	Valid
3. Penciptaan prospek /menarik pelanggan baru (<i>refers other</i>)				
7.	Anda merasa mengajak orang lain menebus resep di Kimia Farma Cirebon karena cepat dalam melayani	0,589	0,374	Valid
8.	Anda merasa mengajak orang lain menebus resep di Kimia Farma Cirebon karena ramah dalam melayani	0,575	0,374	Valid
9.	Anda merasa mengajak orang lain menebus resep di Kimia Farma Cirebon karena kenyamanan tempat	0,464	0,374	Valid
4. Pembelian di luar lini produk (<i>purchase across product line</i>)				
10.	Anda merasa pembelian selain dari resep di Kimia Farma Cirebon karena cepat dalam melayani	0,549	0,374	Valid
11.	Anda merasa pembelian selain dari resep di Kimia Farma Cirebon karena ramah dalam melayani	0,549	0,374	Valid
12.	Anda merasa pembelian selain dari resep di Kimia Farma Cirebon karena kenyamanan tempat	0,530	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012 (Menggunakan SPSS 16.0 For Windows)

Tabel 3.4 pada instrumen variabel loyalitas pelanggan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi pembelian ulang (*repeat purchase*) dengan item pernyataan Anda dapat melakukan pembelian ulang di Kimia Farma Cirebon karena cepat dalam melayani yang bernilai 0,633. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi pembelian ulang (*repeat purchase*) dengan item pernyataan Anda dapat melakukan pembelian ulang di Kimia Farma Cirebon

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

karena keramahan dalam melayani yang bernilai 0,397 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya agak tinggi.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar **0,374**. Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel loyalitas pelanggan berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 18.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} .

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan dan konsistensinya didalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada saat yang berbeda.

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:178)

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach's Alpha*

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right) \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2009: 196})$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir soal

Jumlah varian butir ditetapkan dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti yang dipaparkan berikut ini. Rumus varians yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2009: 184})$$

Keterangan:

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih

σ = Nilai varians

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar **0,374**. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 *for windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.5 berikut.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

NO.	VARIABEL	r_{hitung}	r_{tabel}	KET
1	Pelayanan Prima	0,828	0,374	Reliabel
2	Loyalitas Pelanggan	0,857	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012 (Menggunakan SPSS 16.0 *For Windows*)

3.2.7 Teknik Analisis Data

Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Sedangkan statistik inferensial atau sering disebut juga statistik induktif atau statistik probabilitas adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2008:206-207).

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu :

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden.

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada setiap item. Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh pelayanan prima (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial*.

3.2.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

1. Analisis deskriptif pelayanan prima

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap pelayanan prima yang meliputi: kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan.

2. Analisis deskriptif loyalitas pelanggan

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap loyalitas pelanggan yang meliputi: pembelian ulang, penolakan terhadap produk pesaing, penciptaan prospek /menarik pelanggan baru, dan pembelian di luar lini produk.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.6 sebagai berikut:

TABEL 3.6
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% -99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985: 184)

3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Korelasi dan Regresi Linier Sederhana

Teknik analisa data yang digunakan untuk melihat pengaruh pelayanan prima (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yaitu menggunakan analisis regresi

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

linier sederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel.

Analisis tersebut untuk melihat pengaruh pelayanan prima (X) yang terdiri dari kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan, terhadap loyalitas pelanggan (Y) terdiri dari pembelian ulang, penolakan terhadap produk pesaing, penciptaan prospek /menarik pelanggan baru, dan pembelian di luar lini produk. Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh pelayanan prima (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial*.

Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel bebas dimensi pelayanan prima (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y), baik secara langsung maupun tidak langsung.

1) Analisis Korelasi

Tujuan perhitungan dengan menggunakan Analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya jika:

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

$r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson (Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation)* menurut Suharsimi Arikunto (2009: 170), yaitu:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.7 di bawah ini.

TABEL 3.7
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN 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 (2009: 250)

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

2) Regresi Linier Sederhana

Definisi regresi sederhana menurut Albert Kurniawan (2010: 43) ialah “Sebagai pengaruh antara 2 variabel saja, dimana terdiri dari variabel independent/bebas dan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*)”

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu program pelayanan prima dengan satu variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y' = Subyek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila $b (+)$ maka naik, dan bila $(-)$ maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk dapat menemukan persamaan regresi, maka harus di hitung terlebih dahulu harga a dan harga b . Cara menghitung harga a dan b dapat dihitung dengan rumus menurut Sugiyono, (2010: 262):

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

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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

Keterangan :

Y = Sumbu loyalitas pelanggan

X = Sumbu pelayanan prima

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

n = Banyaknya responden

3) Mencari Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat, maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut:

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

Sumber: Sugiyono, (2010:210)

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.8 berikut:

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% –19,99%	Sangat lemah

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

20% –39,99%	Lemah
40% –59,99%	Sedang
60% –79,99%	Kuat
80% –100%	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2010:184)

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$).

Untuk menentukan kriteria pengambilan hasil keputusan hipotesis pengaruh yang diajukan, terlebih dahulu perlu dicari nilai dari t_{hitung} yang dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} , dengan toleransi kesalahan sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan dk ($n-2$) serta uji satu pihak yaitu pihak kanan. Maka:

- a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

- a. $H_0 : \rho < 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan.
- b. $H_a : \rho \geq 0$ Artinya terdapat pengaruh yang positif antara pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan.

Restina, 2012

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei pada Pelanggan di Kimia Farma Apotek Cirebon

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu