

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian adalah langkah-langkah pengumpulan data dan informasi untuk diolah dan dianalisis. Dengan menggunakan metode penelitian maka akan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Menurut Sugiyono dalam Siyoto dan Sidik (2015:17) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Menurut Siyoto dan Sodik (2015:17) Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah langkah-langkah pengumpulan data yang sistematis dan terstruktur dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode penelitian kuantitatif yang digunakan adalah metode penelitian survei. Menurut Kristanto (2018:7) Metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel, dan untuk menguji hipotesis. Pengumpulan data menggunakan metode pengamatan, pengamatan dapat dilakukan dengan melaksanakan wawancara atau dengan membagikan kuesioner.

Dapat disimpulkan bahwa metode penelitian survei adalah pendekatan kuantitatif yang memungkinkan pengumpulan data tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, dan hubungan variabel pada masa lampau atau saat ini. Melalui wawancara atau kuesioner, metode ini memberikan akses yang luas terhadap informasi dari sampel yang representatif, memfasilitasi analisis statistik

untuk menguji hipotesis serta memberikan pemahaman yang mendalam mengenai subjek penelitian.

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Sugiyono dalam Aribowo, *et al* (2020:8) Metode deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif adalah menyediakan gambaran detail tentang objek penelitian tanpa melibatkan analisis atau pembuatan kesimpulan umum. Pendekatan ini memfokuskan pada presentasi data sebagaimana adanya, memberikan gambaran yang jelas dan mendalam terhadap karakteristik suatu fenomena atau objek penelitian.

## **3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

### **3.2.1 Definisi Variabel**

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2017:60) yang menyebutkan bahwa: "Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lainnya". Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Adapun variabel penelitian yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian ini adalah :

#### **1. Variabel Independen (Variabel X)**

Menurut Sugiyono (2017:61) mengemukakan bahwa : "Variabel Independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)".

Varibel independen adalah variabel yang tidak tergantung pda hasil akibatnya. Suatu variabel ini dianggap menyebabkan, mempengaruhi atau menghasilkan suatu akibat. Suatu variabel digolongkan kedalam variabel independen apabila ada hubungannya dengan variabel lain, sehingga variabel tersebut berfungsi menerapkan variabel aslinya.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dengan adanya pengaruh trust ( $X_1$ ) dan e-service quality ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y) maka indikator-indikator masing-masing variabel dapat dilihat dapat tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Variabel Independen, ( $X_1$ ) Trust (Kepercayaan)	Kepercayaan adalah keyakinan bahwa pelanggan akan menemukan apa yang diharapkan dengan menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Mayer dalam buku Estifaza et.al (2023:25)	1. Ketulusan 2. Kemampuan 3. Integritas  Menurut Mayer et al. (2016)	Interval
Variabel Independen ( $X_2$ ) E-Service Quality	'E-service quality' didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian dan	1. <i>Realibility</i> (Keandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 3. <i>Privacy/security</i> (privasi/keamanan) 4. <i>Information quality/benefit</i> (manfaat/kualitas informasi)	Interval

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
	distribusi secara efektif dan efisien' Menurut Chase, et al dalam Mubarak (2019:18)	5. <i>Ease of use/usability</i> (kemudahan penggunaan kegunaan) 6. <i>Web design</i> (desain situs) Menurut Ladhari dalam Rahayu (2018)	
Variabel Dependen (Y) Loyalitas Pelanggan	loyalitas mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang / jasa suatu perusahaan yang dipilih. menurut <i>Hindarto</i> (2013:97),	a. Melakukan Pembelian secara teratur b. Membeli diluar lini produk atau jasa c. Merekomendasikan kepada orang lain d. Menunjuka kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing Menurut Hindarto (2013)	Interval

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetappkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono dalam (Sulistyo, 2022:5).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Platform AlfaGift di daerah kelurahan Kertasari Ciamis yaitu sebanyak 10.396 penduduk Kelurahan Kertasari

Ciamis. Karena pada saat ini banyak sekali orang yang senang sekali membeli makanan dan minuman secara *online* karena pembelian *online* dianggap sebagai cara yang efektif dan efisien ketika ingin memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono dalam Hernaeny (2021:36) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun karakteristik dari sampel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penduduk Kelurahan Kertasari Ciamis
2. Pengguna Platform AlfaGift dan pernah membeli produk di Platform AlfaGift
3. Laki-Laki dan Perempuan

Dalam penelitian ini, jumlah populasi pengguna Platform AlfaGift tidak diketahui secara pasti, maka teknik penentuan jumlah *sampling* menggunakan rumus Lemeshow, karena populasi yang dituju sangat besar dan jumlahnya dapat berubah-ubah.

Seperti yang dijelaskan oleh Riyanto & Hermawan (2020:12) dalam Saputra, *et al* (2023:93) perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti. Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p : Maksimal estimasi = 0,5

d : Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel = 10%

Berdasarkan rumus tersebut jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5(0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan menggunakan teknik *Sampling Purposive*. Menurut Sugiyono (2022:84) menyatakan bahwa “*Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Sedangkan *Sampling Purposive* Menurut Sugiyono (2022:85) adalah “teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

### **3.4 Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Menurut Sugiyono dalam Putranto dan Qiyanto (2020:5) menyatakan bahwa data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer biasanya diperoleh dari survey lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data ordinal. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Galuh yang juga merupakan pengguna Platform Alfagift.

##### **2. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono dalam Putranto dan Qiyanto (2020:5) data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder biasanya telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal, buku, dan dokumen-dokumen penting yang berkaitan dengan penelitian.

#### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam memperoleh data yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik studi kepustakaan dan studi lapangan.

Apabila diuraikan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Studi kepustakaan

Teknik kepustakaan yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan bacaan yang relevan dengan masalah yang diteliti berupa buku-buku dan literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

#### 2. Studi lapangan

Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

a. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap gejala-gejala atau kejadian yang ada pada objek penelitian. Observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi non partisipan, artinya peneliti tidak ikut serta dalam proses kerja yang sedang diteliti, tetapi hanya mengamati prosesnya saja.

b. Kuesioner yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan secara tertulis, sistematis dan logis. Dalam penelitian ini, kuesioner dibuat dalam bentuk pernyataan dalam skala likert dan diukur dengan menggunakan skala dengan interval 1-5, yaitu sangat baik, baik, netral, kurang baik dan tidak baik.

**Tabel 3.2**  
**Pembobotan Skor Jawaban**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Ragu-ragu (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber : (Sugiyono, 2017:165)**

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2017:206) menyatakan bahwa :

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang selanjutnya dapat dipergunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan.

Untuk menganalisis data yang diperoleh dalam rangka pengujian hipotesis, data tersebut diolah terlebih dahulu kemudian dianalisis dengan menggunakan metode statistik tertentu untuk menguji hipotesis yang diajukan. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi :

#### **3.5.1 Analisis Deskriptif**

Pengelolaan data dalam bentuk statistik pada dasarnya adalah proses pemberian makna (arti) terhadap data penelitian kuantitatif melalui angka-angka. Dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:147) menyatakan bahwa:

Statistik deskriptif digunakan data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis pengaruh trust dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna platform alfagift di daerah kelurahan kertasari ciamis yaitu sebagai berikut:

Teknik analisis data yang digunakan peneliti untuk menganalisis tentang pengaruh trust dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart kertasari adalah dengan melihat data yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang disebar kepada 96 responden atau pelanggan. Kuesioner yang harus diisi berdasarkan indikator dari setiap variabel kualitas produk dan segmentasi pasar terhadap loyalitas konsumen. Selanjutnya dapat dianalisis dari 96 responden tersebut beberapa orang yang menjawab sangat setuju, setuju, Ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju selanjutnya dikalikan dengan bobot yang tercantum pada skala likert hasil perkalian antara jumlah responden yang menjawab dengan bobot yang diperoleh skor yang selanjutnya membuat rekap skor total, menentukan nilai tertinggi dengan cara; bobot terbesar dikalikan dengan jumlah sampel yaitu 96 orang pengguna dikalikan jumlah item pernyataan dalam kuesioner. Untuk mengetahui nilai atau skor adalah dengan cara mengalikan bobot terendah dengan jumlah sampel, serta dikalikan lagi dengan jumlah item pernyataan pada kuesioner.

a. Frekuensi

Untuk mengetahui frekuensi dapat dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Frekuensi} = \text{COUNTIF}(\text{Range}, \text{Criteria})$$

Dimana :

F = Jumlah tingkat persetujuan responden mengenai pernyataan yang telah diteliti

b. Jumlah Skor

Untuk mengetahui jumlah skor dalam perhitungan tanggapan responden ialah:

$$\text{Skor pernyataan} = F \times P_n$$

Keterangan :

F : Frekuensi (Total Jumlah responden yang memilih)

P<sub>n</sub> : Pilihan skor skala *likert*

Maka hasil perhitungan jawaban responden sebagai berikut :

- |    |   |         |
|----|---|---------|
| 1. | Responden menjawab sangat setuju (skor 5)       | = F x 5 |
| 2. | Responden menjawab setuju (skor 4)              | = F x 4 |
| 3. | Responden menjawab Ragu-ragu (skor 3)           | = F x 3 |
| 4. | Responden menjawab tidak setuju (skor 2)        | = F x 2 |
| 5. | Responden menjawab sangat tidak setuju (skor 1) | = F x 1 |

c. Presentase

Untuk jumlah presentase dapat dilakukan hitungan sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

p = Presentase

f = Frekuensi dari setiap jawaban kuisisioner

n = Jumlah semua responden

d. Rata-rata

Untuk mendapatkan hasil rata-rata dari pernyataan kuesioner menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rata - Rata} = \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Jumlah Frekuensi}}$$

e. Data Interval

Untuk menentukan kriteria :

Nilai tertinggi – Bobot terbesar x Jumlah pernyataan x n

Nilai terendah – Bobot terkecil x Jumlah pernyataan x n

Untuk menentukan nilai klasifikasi:

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah Skor pernyataan}}$$

Sumber : Sugiyono (2017:95).

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel Penelitian**

<b>Interval</b>	<b>Penafsiran/Interpretasi</b>
4,2 – 5,0	Sangat Baik/Sangat Setuju/Sangat Tinggi
3,4 – 4,1	Baik/Setuju/Tinggi
2,6 – 3,3	Cukup Baik/Kurang Setuju/Sedang
1,8 – 2,5	Tidak Baik/Tidak Setuju/Rendah
1,0 – 1,7	Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Setuju/Sangat Rendah

Sumber: Model Pengontrolan Kualitas (J. Suprianto, 2013)

### 3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan analisis untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. (Sugiyono, 2017:239). Analisis verifikatif

dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan alat uji statistik. Analisis verifikatif digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh kualitas produk dan segmentasi pasar terhadap loyalitas konsumen. Maka dilakukan teknik analisis data sebagai berikut :

### 3.5.2.1 Pengaruh *Trust dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan*

#### 1. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antar variabel *independent* dengan variabel *dependent*, digunakan perhitungan korelasi *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Sugiyono (2017:183)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi skor butir  $X_1$  dengan skor total Y

$\sum X_1 Y$  = Jumlah skor butir  $X_1$  dengan skor total Y

$\sum X_1$  = Jumlah skor butir  $X_1$

$\sum Y$  = Jumlah skor total Y

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor total Y

n = Jumlah sampel

Untuk menafsirkan kekuatan hubungan digunakan skala penafsiran dari besarnya nilai korelasi sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
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, (2017: 216)**

## 2. Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel  $X_1$  (*Trust*) terhadap  $Y$  (Loyalitas Pelanggan). Adapun rumus koefisien determinasi menurut Sugiyono (2017: 231) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat

r = Korelasi

Kriteria untuk analisa koefisien determinasi adalah :

1. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.
2. Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.

### 3. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Adapun rumus uji t adalah sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2017: 230)

Keterangan :

- t = Tingkat signifikan  $t_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $t_{tabel}$
- r = Koefisien korelasi
- $r^2$  = Koefisien deteminasi
- $n - 2$  = Derajat kebebasan

Langkah-langkah yang digunakan untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, ini berarti tidak terdapat pengaruh bermakna oleh variabel X dan Y, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima ini berarti terdapat pengaruh antara variabel X dan Y.
2. Ada cara cepat untuk melihat signifikan uji t yaitu bila jumlah *degree of freedom* adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka  $H_0$  yang menyatakan  $b_1=0$  dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai *absolute*). Dengan kata lain, suatu variabel independent secara individual mempengaruhi variabel dependen.

### 3.5.2.2 Pengaruh *E-Service Quality* (X<sub>2</sub>) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

#### 1. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antar variabel *independent* dengan variabel *dependent*, digunakan perhitungan korelasi *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Sugiyono (2017:183)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi skor butir X<sub>1</sub> dengan skor total Y

$\sum X_1 Y$  = Jumlah skor butir X<sub>1</sub> dengan skor total Y

$\sum X_1$  = Jumlah skor butir X<sub>1</sub>

$\sum Y$  = Jumlah skor total Y

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor total Y

n = Jumlah sampel

Untuk menafsirkan kekuatan hubungan digunakan skala penafsiran dari besarnya nilai korelasi sebagai berikut :

**Tabel 3.5**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
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, (2017: 216)

## 2. Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel  $X_2$  terhadap  $Y$ . Adapun rumus koefisien determinasi menurut Sugiyono (2017: 231) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat

r = Korelasi

Kriteria untuk analisa koefisien determinasi adalah :

3. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.
4. Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.

## 3. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Adapun rumus uji t adalah sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2017: 230)

Keterangan :

$t$  = Tingkat signifikan  $t_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $t_{tabel}$

$r$  = Koefisien korelasi

$r^2$  = Koefisien deteminasi

$n - 2$  = Derajat kebebasan

Langkah-langkah yang digunakan untuk uji t adalah sebagai berikut:

3. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, ini berarti tidak terdapat pengaruh bermakna oleh variabel X dan Y, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima ini berarti terdapat pengaruh antara variabel X dan Y.
4. Ada cara cepat untuk melihat signifikan uji t yaitu bila jumlah *degree of freedom* adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka  $H_0$  yang menyatakan  $b_1=0$  dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai *absolute*). Dengan kata lain, suatu variabel independent secara individual mempengaruhi variabel dependen.

### 3.5.2.3 Pengaruh *Trust* ( $X_1$ ) dan *E-Service Quality* ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

### 3.5.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent*, apabila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor *predictor* manipulasi (dinaik turunkan nilainya). (Sugiyono, 2017:277).

Bila dijabarkan secara matematis bentuk persamaan dan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

$$b_1 = \frac{(\sum X_2^2) (\sum X_1Y) - (\sum X_1X_2) (\sum X_2Y)}{(\sum X_1^2) (\sum X_2^2) - (\sum X_1X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_2^2) (\sum X_2Y) - (\sum X_1X_2) (\sum X_1Y)}{(\sum X_1^2) (\sum X_2^2) - (\sum X_1X_2)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1 \left( \frac{\sum X_1}{n} \right) - b_2 \left( \frac{\sum X_2}{n} \right)$$

Keterangan :

Y = Subjek dalam variabel dependent yang diprediksikan

a = Konstanta

$X_1X_2$  = Variabel bebas

$b_1b_2$  = Koefisien regresi

### 1. Koefisien Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2017:231) bahwa “Korelasi berganda adalah angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel *independent* secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel *dependent*”. Rumus korelasi ganda dua variabel adalah sebagai berikut :

$$R_{X_1X_2Y} = \frac{\sqrt{r^2_{X_1Y} + r^2_{X_2Y} - 2 (r_{X_1Y}) (r_{X_2Y}) (r_{X_1X_2})}}{1 - r^2_{X_1X_2}}$$

Sumber : Sugiyono (2017:233)

Keterangan :

$R_{x_1x_2y}$	= Nilai koefisien korelasi ganda antara variabel $X_1$ dan $X_2$
$r^2_{x_1y}$	= Koefisien determinasi sederhana antara $X_1$ dengan $Y$
$r^2_{x_2y}$	= Koefisien determinasi sederhana antara $X_2$ dengan $Y$
$rx_{1y}$	= Koefisien korelasi sederhana $X_1$ terhadap $Y$
$rx_{2y}$	= Koefisien korelasi sederhana $X_2$ terhadap $Y$
$rx_{1x_2}$	= Koefisien korelasi $X_1$ dan $X_2$
$r^2_{x_1x_2}$	= Koefisien determinasi sederhana $X_1$ terhadap $X_2$

Untuk menafsirkan kekuatan hubungan digunakan skala penafsiran dari besarnya nilai korelasi sebagai berikut :

**Tabel 3.6**

**Pedoman Untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
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 (2017:231)**

## 2. Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel  $X_1$  (*trust*)  $X_2$  (*e-service quality*) terhadap variabel  $Y$  (Loyalitas pelanggan). Adapun rumus koefisien determinasi menurut Sugiyono (2017:231) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

$Kd$  = Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat

R = Korelasi

Kriteria untuk analisa koefisien determinasi adalah :

1. Jika  $R^2$  mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.
2. Jika  $R^2$  mendekati satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat

### 3. Pengujian Hipotesis (Uji F)

Uji koefisien regresi simultan bertujuan untuk mengetahui apakah perumusan model sudah tepat atau fit. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikan nilai F. hasil f hitung > dari F tabel maka model yang dirumuskan sudah tepat, Sugiyono dalam (Amelisa, *et al*, 2016:6). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (*Trust* dan *E-Service Quality*) terhadap variabel terikat (*Loyalitas Pelanggan*). Untuk menguji Uji F dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

F = Rasio

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independent

n = Jumlah anggota sampel

Dari hasil hipotesis  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan uji kriteria sebagai berikut :

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (artinya ada pengaruh).
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (artinya tidak ada pengaruh).



