

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Setting Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Butik RiaMiranda Palembang. Penelitian dilakukan kepada pelanggan yang berbelanja di Butik RiaMiranda Palembang.

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Butik RiaMiranda Palembang, hal tersebut dikarenakan peneliti beranggapan bahwa responden tersebut merupakan konsumen potensial bagi Butik RiaMiranda Palembang. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan kepada Pelanggan Bbutik RiaMiranda Palembang.

#### **B. Desain Penelitian**

Desain yang digunakan dalam penelitian ini termasuk pada jenis deskriptif kuantitatif, dengan pendekatan Analisa Korelasi Sederhana dan Regresi Linier Berganda untuk mengukur hubungan antar variabel.

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan<sup>1</sup>.

## **C. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Jenis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang menggunakan data penelitian yang berupa angka-angka dan analisis data menggunakan statistik<sup>2</sup>. Jenis data yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada pelanggan Butik RiaMiranda Palembang.

### **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya<sup>3</sup>. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu Pelanggan Butik RiaMiranda Palembang.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 14.

<sup>2</sup> V. Wiratna Sujarweni, "*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 89.

<sup>3</sup> Misbahudin dan Iqbal Hasan, "*Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi ke-2*" (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 21.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi terdiri atas sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian dan mengandung informasi yang ingin diketahui. Objek tersebut disebut satuan analisis. Menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>4</sup>.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Butik RiaMiranda Palembang, yang berjumlah 5.400 konsumen yang sudah diambil data pada tahun 2018<sup>5</sup>.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut<sup>6</sup>. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Butik RiaMiranda Palembang.

Pada penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menentukan besarnya sampel menggunakan Teknik Sampling *Insidental*. Teknik *Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan,

---

<sup>4</sup>Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif-kualitatif-R dan D*”, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 80.

<sup>5</sup> Aprhylliana, Supervisor RiaMiranda Palembang, (Wawancara pada tanggal 15 Mei 2019)

<sup>6</sup>A. Muri Yusuf, “*Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*”, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 150

siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data<sup>7</sup>.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengukur sampel adalah metode Slovin. Dengan menggunakan metode Slovin maka akan diketahui jumlah sampel yang diperoleh terhadap penelitian tersebut. Berdasarkan rumus Slovin jumlah sampel dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

n = Besarnya sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (pada kasus ini menggunakan e = 10%).

Maka jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini yaitu :

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

$$n = \frac{5,400}{1 + 5.400(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5,400}{1 + 54}$$

---

<sup>7</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian : Kuantitatif - Kualitatif - R & D* (Bandung, Alfabeta, 2016), hal 85

$$n = \frac{5,400}{55}$$

$$n = 98,18$$

Jadi berdasarkan perhitungan yang diperoleh tersebut, maka jumlah sampel yang diteliti sebesar 98,18 responden. Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian, maka ditetapkan jumlahnya sebanyak 100 responden yang digunakan sebagai sampel.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner atau angket. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya<sup>8</sup>. Data kuesioner dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Butik RiaMiranda Palembang.

Kuesioner dibuat dengan pertanyaan yang menggunakan skala *likert* (1-5). Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut

---

<sup>8</sup>Suryani dan Hendryadi, “*Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*”, (Jakarta: Kencana, 2016), hal 173.

menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan<sup>9</sup>.

Skala *likert* memiliki tingkat preferensi jawaban masing-masing skor 1 sampai 5 dengan rincian sebagai berikut:

SS	(Sangat Setuju)	= Skor 5
S	(Setuju)	= Skor 4
N	(Netral)	= Skor 3
TS	(Tidak Setuju)	= Skor 2
STS	(Sangat Tidak Setuju)	= Skor 1

## **F. Variabel Penelitian**

### **1. Variabel Independen**

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen<sup>10</sup>. Adapun variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini ialah Suasana Toko ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ).

### **2. Variabel Dependen**

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel

---

<sup>9</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*", (Bandung: Alfabeta CV, 2015), hlm. 135.

<sup>10</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif dan R dan D*", (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 39.

independen (bebas)<sup>11</sup>. Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Loyalitas Pelanggan (Y).

### **3. Variabel Intervening**

Variabel intervening atau variabel mediasi merupakan variabel yang secara teori mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Ferdinand mengemukakan bahwa variabel intervening yaitu variabel antara yang menghubungkan variabel independen utama pada variabel dependen<sup>12</sup>. Adapun variabel intervening atau variabel mediasi dalam penelitian ini ialah Kepuasan Konsumen (M).

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *“Metode Penelitian: Kuantitatif-Kualitatif-R & D”*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 39.

<sup>12</sup> AugustynFerdinand, *“Metode Penelitian Manajemen”*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 26.

**Tabel 3.1****Definisi Operasional Variabel**

<b>No</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Pengertian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
1.	Suasana Toko ( $X_1$ )	Suasana toko atau <i>store atmosphere</i> adalah suatu penciptaan suasana dengan tujuan memberikan kenyamanan dan rasa senang pada konsumen saat melakukan transaksi pembelian didalam sebuah toko.	1) <i>Layout</i> 2) Suara 3) Bau 4) Tekstur	<i>Likert</i>
2.	Kualitas Produk ( $X_2$ )	Kualitas produk merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	1) <i>Performance</i> (Kinerja) 2) <i>Durability</i> (Daya Tahan) 3) <i>Features</i> (Fitur)	<i>Likert</i>



No	Variabel Penelitian	Pengertian	Indikator	Skala
3.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan dari pelanggan untuk membeli kembali produk suatu perusahaan dimasa yang akan datang terlepas dari keadaan pasar.	1) Pembelian berulang. 2) Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut. 3) Selalu menyukai merek tersebut. 4) Tetap memilih merek tersebut. 5) Memiliki keyakinan bahwa merek tersebut yang terbaik. 6) Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.	<i>Likert</i>
4	Kepuasan Konsumen (M)	Menurut Mowen dan Minor kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.	1) Sistem Keluhan dan Saran 2) <i>Ghost Shopping</i> 3) <i>Loyal Customer Analysis</i> 4) Survei Kepuasan Pelanggan	<i>Likert</i>

*Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber. 2019*

## G. Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Uji validitas digunakan untuk melihat kelayakan dari setiap pertanyaan dari kuesioner telah valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif pada signifikansi 5% maka data tersebut dikatakan valid. Sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka data tersebut dikatakan tidak valid<sup>13</sup>.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan *indeks* yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan<sup>14</sup>. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Metode *Cronbach Alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interim atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel atau handal jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 89.

<sup>14</sup> Sugiyono, “*Statistika Untuk Penelitian*”, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 99.

<sup>15</sup> Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*” (Semarang: UNDIP, 2005), hlm. 129.

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan yaitu:

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu, variabel dependen, dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Salah satu jenis uji data normalitas adalah *Kolmogorov Smirnov*. Menurut Sutrisno data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan  $> 0,05$ , sebaliknya jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka dinyatakan tidak normal<sup>16</sup>.

#### b. Uji Linieritas

Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak dengan variabel terikat<sup>17</sup>. Pengujian dengan SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* atau perbandingan nilai *Eta* dan *R Squared*. Jika nilai *Eta*

---

<sup>16</sup> Iredho Fani Reza, “*Metodologi Penelitian Psikologi Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*”, (Palembang: Noerfikri Offset, 2016), hlm. 67.

<sup>17</sup> *Ibid*, hal 67 – 68.

lebih besar dari nilai *R Squared* maka model regresi adalah linear dan sebaliknya.

### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas<sup>18</sup>. Uji multikolinieritas hanya terjadi pada regresi linier berganda. Ada beberapa tanda suatu regresi linier berganda mempunyai masalah dengan multikolinieritas, yaitu ada *R square* tinggi, tetapi hanya ada sedikit variabel independen yang signifikan atau bahkan tidak signifikan. Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 serta nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka dapat dikatakan jika model terbebas dari multikolinieritas.

### a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residu satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji *glejser* adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Uji *glejser* dilakukan dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolute residualnya. Adapun dasar pengambilan keputusan daam uji

---

<sup>18</sup> Tri Hari Koestanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 3, No. 10, 2014, hlm. 11.

heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *glejser* adaah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikasi (Sig) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- Sebaliknya, jika nilai signifikasi (Sig) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

## 2. Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kasualitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya<sup>19</sup>. Noor mengemukakan bahwa analisis jalur merupakan keterkaitan hubungan pengaruh antara variabel bebas, variabel intervening dan variabel terikat dimana peneliti mendefinisikan secara jelas bahwa suatu variabel akan menjadi penyebab variabel lainnya yang bisa disajikan dalam bentuk diagram teknik analisis jalur menggambarkan keterkaitan regresi berganda dengan variabel yang hendak diukur<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program (Edisi Ketjuh)*", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 271.

<sup>20</sup> Juliansyah Noor, "*Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*", (Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 265.

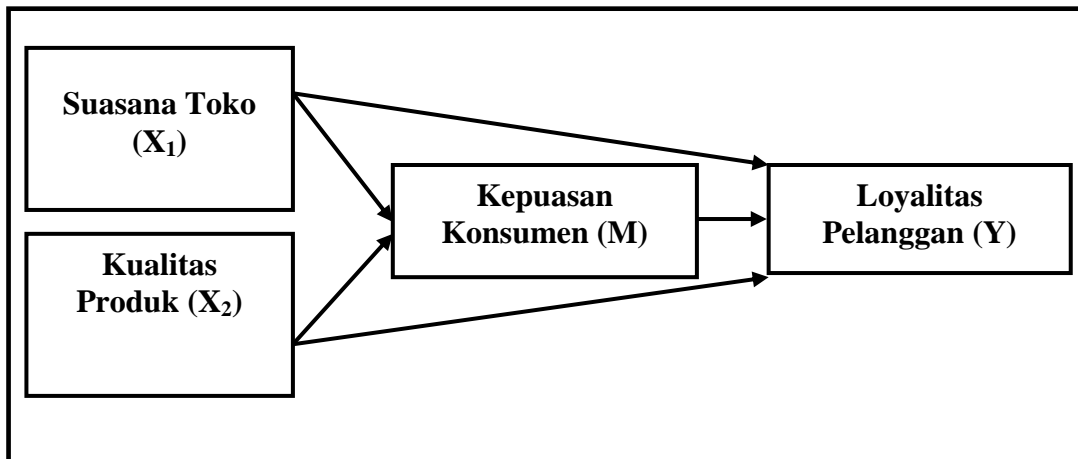
Tahapan-tahapan dalam analisis jalur dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut<sup>21</sup>:

- **Tahap I**

Menentukan diagram jalur berdasarkan paradigma hubungan variabel.

**Gambar 3.1**

**Diagram Jalur Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi**



- **Tahap II**

Menentukan persamaan struktural sebagai berikut:

$$M (\text{KEPUASAN KONSUMEN}) = \beta_{ST} + \beta_{KP} + e_1$$

(Persamaan Substruktur 1)

---

<sup>21</sup> Ratlan Pardede & Renhard Manurung, “*Analisis Jalur Path Analysis*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm. 38.

$$Y (\text{LOYALITAS PELANGGAN}) = \beta_{ST} + \beta_{KP} + \beta_{KK} + e_1$$

(Persamaan Struktural 2)

Keterangan : ST = Suasana Toko

KP = Kualitas Produk

KK = Kepuasan Konsumen

- **Tahap III**

Menganalisis dengan menggunakan SPSS. Analisis terdiri dari dua langkah, analisis untuk substruktur 1 dan untuk substruktur 2.

- a. Analisis Substruktural 1**

$$M (\text{KEPUASAN KONSUMEN}) = \beta_{ST} + \beta_{KP} + e_1$$

Tahap Menghitung Persamaan Regresi :

- Analisis Regresi**

Pada bagian ini analisis terbagi menjadi dua. Pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan yang kedua mengetahui pengaruh secara parsial.

- 1) Mengetahui Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen**

Untuk mengetahui pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan dengan melihat hasil perhitungan dalam model summary, khususnya angka R square yang digunakan untuk mengetahui besarnya

pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus :

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

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan menggunakan angka F. Pengujian juga dapat dilakukan dengan dua cara:

- a. Membandingkan besarnya angka F-hitung dengan F-tabel.
  1. Menghitung F-hitung
  2. Menghitung F-tabel dengan ketentuan yaitu: taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan numerator (jumlah variabel-1) dan demunerator (jumlah kasus-4)
  3. Menentukan kriteria uji hipotesis yaitu:
    - a) Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
    - b) Jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  4. Mengambil keputusan
- b. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05.



1. Jika sig. Penelitian  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika sig. Penelitian  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## **2) Mengetahui Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen**

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen digunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standarized coeficient*. Adapun langkah-langkah analisisnya dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis
- b. Mengetahui besarnya angka t-hitung
- c. Menghitung besarnya angka t-tabel dengan ketentuan taraf signifikansi 0,05 dan  $dk = (n-k)$
- d. Menentukan kriteria uji hipotesis
- e. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05, dengan kriteria sebagai berikut:
  - 1) Jika sig. Penelitian  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - 2) Jika sig. Penelitian  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- f. Mengambil keputusan.

- **Tahap IV**

Interpretasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan analisis regresi, korelasi dan menentukan persamaan struktural berdasarkan diagram jalur yang ditentukan.

- **Tahap V**

Kesimpulan dan analisis yang diperoleh.

**b. Analisis Substruktural 1**

$$Y (\text{LOYALITAS PELANGGAN}) = \beta_{ST} + \beta_{KP} + \beta_{KK} + e_1$$

Tahap Menghitung Persamaan Regresi :

**Analisis Regresi**

Pada bagian ini analisis terbagi menjadi dua. Pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan yang kedua mengetahui pengaruh secara parsial.

**1) Mengetahui Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.**

Untuk mengetahui pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan secara simultan dengan melihat hasil perhitungan dalam model summary, khususnya angka R square yang digunakan untuk

mengetahui besarnya pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus :

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

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan menggunakan angka F. Pengujian juga dapat dilakukan dengan dua cara:

- a. Membandingkan besarnya angka F-hitung dengan F-tabel.
  1. Menghitung F-hitung
  2. Menghitung F-tabel dengan ketentuan yaitu: taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan numerator (jumlah variabel-1) dan demunerator (jumlah kasus-4)
  3. Menentukan kriteria uji hipotesis yaitu:
    - a) Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
    - b) Jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  4. Mengambil keputusan

b. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05.

1. Jika sig. Penelitian  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

2. Jika sig. Penelitian  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## **2) Mengetahui Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan**

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan digunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standarized coeficient*. Adapun langkah-langkah analisisnya dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis

b. Mengetahui besarnya angka t-hitung

c. Menghitung besarnya angka t-tabel dengan ketentuan taraf signifikansi 0,05 dan  $dk = (n-k)$

d. Menentukan kriteria uji hipotesis

e. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05, dengan kriteria sebagai berikut:

1) Jika sig. Penelitian  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

2) Jika sig. Penelitian  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

f. Mengambil keputusan.

- **Tahap IV**

Interpretasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan analisis regresi, korelasi dan menentukan persamaan struktural berdasarkan diagram jalur yang ditentukan.

- **Tahap V**

Kesimpulan dan analisis yang diperoleh.

### **3. Uji Hipotesis**

#### **a. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi dengan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Adapun kriteria dari uji t ialah sebagai berikut:

1) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima. Artinya secara parsial variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak. Artinya secara parsial variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### **b. Uji Signifikasi Simultan (Uji f)**

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen<sup>22</sup>, dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$
- 2)  $H_0$  akan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 3)  $H_a$  akan diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , artinya variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

#### **c. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )**

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel independen. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (X) terhadap

---

<sup>22</sup> Dwi Prianto, “Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)”, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 81.

variabel dependen (Y) secara serentak. Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mempunyai nilai R yang berkisar antara 0 – 1, jika nilai semakin mendekati 1 artinya hubungan yang terjadi antara variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat, sebaliknya jika nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

#### 4. Prosedur Analisis Variabel Intervening

Prosedur analisis variabel intervening menggunakan versi Baron dan Kenny yang disebut juga dengan *strategy casual step* memiliki tiga persamaan regresi yang harus diestimasi, yaitu<sup>23</sup>:

- a. Persamaan regresi sederhana variabel mediator (M) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel mediator, jadi koefisien  $a \neq 0$ .
  - b. Persamaan regresi sederhana variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen harus signifikan mempengaruhi variabel, jadi koefisien  $c \neq 0$ .
  - c. Persamaan regresi berganda variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) dan mediator (M) yang diharapkan variabel mediator signifikan mempengaruhi variabel dependen, jadi koefisien  $b \neq 0$ .
- Mediasi terjadi jika pengaruh variabel independen terhadap variabel

---

<sup>23</sup> Baron , R. M and Kenny, D. A, “*The Moderator-Mediator Variabel Distinction In Social Psychological Research: Conseptual Strategic and Statistical Considerations*”, *Journal of Personality and Social Psychlogi*, Vol. 51, No. 6 (Americal Psychological Association, Inc. 1986).

dependen lebih rendah pada persamaan ketiga ( $c'$ ) dibandingkan persamaan kedua ( $c$ ).

Sebenarnya koefisien  $a$  dan  $b$  yang signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya mediasi, meskipun  $c$  tidak signifikan. Sehingga tahap esensial dalam pengujian emosional adalah step 1 dan step 3. Jadi (1) variabel independen mempengaruhi mediator dan (2) mediator mempengaruhi dependen meskipun independen tidak mempengaruhi dependen. Bila step 1 dan step 3 terpenuhi dan koefisien  $c$  tidak signifikan ( $c = 0$ ) maka terjadi *perfect* atau *complete* atau *full mediation*. Bila koefisien  $c'$  berkurang namun tetap signifikan ( $c' \neq 0$ ) maka dinyatakan terjadi *partial mediation*..

## 5. Perhitungan Pengaruh

### a. Pengaruh Langsung (*Direct Effect* atau DE)

1) Pengaruh variabel Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen

$$X_1 \rightarrow M$$

2) Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

$$X_2 \rightarrow M$$

3) Pengaruh variabel Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan.

$$X_1 \rightarrow Y$$

4) Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.

$$X_2 \rightarrow Y$$



5) Pengaruh variabel Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.

$$M \rightarrow Y$$

b. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect* atau IE)

1) Pengaruh variabel Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen.

$$X_1 \rightarrow M \rightarrow Y$$

2) Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen.

$$X_2 \rightarrow M \rightarrow Y$$

c. Pengaruh Total (*Total Effect*)

1) Pengaruh variabel Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen.

$$X_1 \rightarrow M \rightarrow Y$$

2) Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen

$$X_2 \rightarrow M \rightarrow Y$$