

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal komparatif. Penelitian kausal komparatif adalah penelitian yang mencari tahu mengenai hubungan sebab akibat. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu independen dan dependen (Paramita, 2018).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari *Cost On Delivery* dan kepercayaan pelanggan, terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas pelanggan, maka penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Dengan menggunakan analisis tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial, simultan antara variabel independen (X) yaitu *Cost On Delivery* dan kepercayaan pelanggan, terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y).

3.2 Objek penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah pengguna Lazada di Kabupaten Lumajang, dengan pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi Lumajang adalah:

1. Lazada di Lumajang sudah banyak diminati, terbukti banyak pengguna Lazada terkait dengan pembelian *online*
2. Lazada memberikan kemudahan terkait dengan pembayaran ditempat atau *Cost On Delivery* Mudah.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang didapatkan saat melakukan observasi penelitian merupakan data mentah. Data mentah tersebut dikumpulkan dan diolah sehingga menjadi informasi yang digunakan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.3.1 Jenis Data

Peneliti menggunakan 2 jenis data berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu (Kuncoro, 2015). Adapun jenis data primer dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuisisioner oleh responden pengguna Lazada di Kabupaten Lumajang.

b. Data Sekunder

Menurut Kuncoro (2015) mengatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain yang berasal dari berbagai sumber. Jadi dapat dikatakan data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung dari obyek yang diteliti. Data sekunder dalam penelitian ini berupa buku-buku, jurnal-jurnal, media internet dan literatur lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai semesta penelitian (Paramita, 2018). Dalam penelitian ini populasinya adalah pengguna Lazada di Kabupaten Lumajang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*, teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota yang dipilih menjadi sampel. Analisis yang digunakan *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain, unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.

Kriteria pengambilan sampel dengan pertimbangan akan peneliti jelaskan adalah sebagai berikut :

a. Responden merupakan pelanggan Lazada di Kabupaten Lumajang.

Metode pengambilan sampel yang akan digunakan adalah model yang dikembangkan oleh *Roscoe*. *Roscoe* memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut (Sugiyono, 2009):

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap dari kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariete (korelasi atau regresi linier berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 4 = 40$.
4. Ukuran penelitian eksperimen yang sederhana, yaitu menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan regresi linier berganda yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen, pengambilan sampel menggunakan analisis multivariat. Maka ukuran sampel yang diambil adalah sebanyak $3 \times 20 = 60$ anggota sampel.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Variabel adalah obyek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik sebuah kesimpulan (Paramita, 2018).

Variabel dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel terdiri dari dua variabel independen yaitu *Cost On Delivery*, kepercayaan dan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.

a. Variabel Independen

Dalam bahasa Indonesia variabel ini disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2015). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Cost On Delivery* (X1) kepercayaan (X2).

b. Variabel Dependen

Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y).

3.5.2 Definisi Operasional

Untuk menyamakan persepsi dan konsep dalam mengartikan variabel, peneliti perlu menegaskan beberapa variabel sebagai berikut:

a. *Cost On Delivery*

Menurut Tangkary,dkk (2018) yang dimaksud dengan *Cost On Delivery* adalah pembayaran yang dilakukan secara tunai saat barang diterima oleh pembeli. Menurut Pahlevi sistem *Cost On Delivery* banyak diterapkan oleh para pelaku bisnis online karena mudah dan aman dari penipuan. Dengan indikator *Cost On Delivery* sebagai berikut :

1. Memudahkan dalam menjalankan bisnis.
2. Dapat membangun reputasi.
3. Waktu lebih efisien.
4. Memudahkan dalam menerima uang.
5. Menghemat tenaga.

Berdasarkan indikator tentang *Cost On Delivery* tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- a. Memberikan kemudahan dalam bertransaksi.
- b. Memiliki reputasi yang baik.
- c. Waktu transaksi lebih efisien.
- d. Ada kemudahan dalam pembayaran pesanan.
- e. Mampu menghemat tenaga dalam bertransaksi.

b. Kepercayaan pelanggan (X2)

Moorman et al., seperti dikutip Ishak dan Zhafitri (2011) menyatakan kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah

dipercaya. Crosby et al., dikutip Budi (2014), menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan bahwa penyedia jasa dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif. Dengan indikator kepercayaan sebagai berikut :

1. Reputasi yang dimiliki produk.
2. Keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan produk.
3. Manfaat yang ada dalam produk.

Berdasarkan indikator tentang kepercayaan pelanggan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert*, sebagai berikut:

- a. Produk yang dijual memiliki reputasi.
 - b. Produk yang dijual aman dan nyaman.
 - c. Produk yang dijual memiliki manfaat yang saya butuhkan.
- c. Loyalitas pelanggan (Y)**

Menurut Griffin (1995) dikutip Seravina (2008), mengemukakan bahwa “loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan, sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang disukai secara konsisten dan dalam jangka panjang, tanpa terpengaruh oleh situasi dan usaha-usaha marketing dari produk lain yang berusaha membuat beralih untuk membeli produk lain tersebut”. Dengan indikator loyalitas pelanggan sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur.
2. Membeli antar lini produk.
3. Mereferensikan kepada orang lain.

4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing.

Berdasarkan indikator tentang loyalitas pelanggan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert*, sebagai berikut:

- a. Transaksi pembelian barang.
- b. Membeli produk lain di Lazada.
- c. Mereferensikan penggunaan Lazada kepada orang lain.
- d. Lazada mampu bersaing dengan jasa pembelian lain, seperti Shopee. Bukalapak, Tokopedia, dll.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015).

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pelanggan Lazada dengan jumlah responden sebanyak 60 orang pelanggan. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapat data pelanggan Lazada.

Pengukuran data untuk variabel *Cost On Delivery*, kepercayaan dan loyalitas pelanggan dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2015), sebagai berikut:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1) Sangat setuju (SS) diberi skor | 5 |
| 2) Setuju (S) diberi skor | 4 |
| 3) Ragu-ragu (R) diberi skor | 3 |

- | | |
|--|---|
| 4) Tidak setuju (TS) diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju (STS) diberi skor | 1 |

3.6.2 Studi Pustaka

Menurut Afrizal (2016) menyatakan bahwa Studi pustaka merupakan bagian dari sebuah proposal penelitian yang berisikan informasi-informasi yang diperoleh dari jurnal, buku dan kertas kerja (*working paper*). Ada beberapa tujuan menulias studi pustaka dalam sebuah proposal penelitian, yaitu:

1. Menginformasikan kepada diri peneliti sendiri dan pada pembaca hasil-hasil studi yang berkaitan erat dengan topik penelitiannya. Ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa peneliti mengikuti perkembangan wacana tentang topik yang akan diteliti.
2. Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan studi-studi yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini berguna bagi peneliti untuk menjelaskan kedudukan penelitiannya dalam kajian yang sama.
3. Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan topik yang lebih luas yang sedang dibicarakan. Bagian ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa kajian ini bagian dari topik yang lebih besar yang merupakan bagian dari wacana disiplinya atau persoalan yang lebih luas, dan demikian topik penelitiannya merupakan sebuah ilustrasi dari topik yang besar tersebut.
4. Menyediakan kerangka atau bingkai untuk penelitian. Dalam melakukan penelitian, para peneliti memerlukan alat-alat analisis. Alat-alat analisis tersebut berupa konsep, klasifikasi dan teori untuk menganalisis data. Dia juga memerlukan arahan mengenai informasi apa yang akan dikumpulkan dalam

penelitian. Semua ini memerlukan studi pustaka dan isi studi pustaka perlu mencakup hal-hal tersebut.

Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, berupa teori-teori yang dikemukakan para ahli yang berhubungan dengan penelitian diperoleh dari: buku, jurnal, skripsi, dan internet.

3.7 Teknik Analisis Data

Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2015).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

3.7.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus *Valid dan Reliable* sehingga bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2015).

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya”. Rumus korelasi *Product Moment* singarimbun (1989) dalam Danang Sunyoto (2014) sebagai berikut:

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

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- X = Variabel bebas yaitu *Cost On Delivery* dan kepercayaan
- Y = Variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan
- N = jumlah observasi/responden

Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012).

b. Uji Reliabilitas

Reliability is often defined as the consistency and stability of data or findings. From a positivistic perspective, reliability typically is considered to be

synonymous with the consistency of data produced by observations made by different researchers (eg interrater reliability), by the same researcher at different times (e.g test retest), or by splitting a data set in two parts (split-half).

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif). Suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Susan Stainback, 1988 dalam Sugiyono, 2015).

Pengujian reabilitas dapat dilakukan dengan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *euivalent* dan gabungan keduanya. Secara internal diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2012).

a. *Test-retest*

Instrumen penelitian yang reabilitasnya diuji dengan *test-retest* dilakukan dengan cara mencobakan instrumen beberapa kali pada responden sama dan dalam waktu yang berbeda.

b. *Equivalent*

Instrumen yang ekuivalen adalah pertanyaan yang secara bahasa berbeda tetapi maksudnya sama. Pengujian ini cukup dilakukan sekali tetapi instrumennya dua pada responden yang berbeda.

c. Gabungan

Pengujian realibilitas ini dilakukan dengan cara mencobakan dua instrumen yang ekuivalen itu beberapa kali, ke responden yang sama.

d. *Internal Consistency*

Pengujian instrumen ini dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali, dan data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis dapat dilakukan untuk memprediksi reabilitas instrumen.

Menurut Yohanes Anton Nugroho (2011) uji reabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reabilitas dibedakan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.1. Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reabilitas
1	0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 - 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 - 0,60	Cukup Realibel
4	0,601 - 0,80	Realibel
5	0,801 - 1,00	Sangat Realibel

Sumber : Yohanes Anton Nugroho (2011)

3.7.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linear Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut Gujarati (2003):

- a. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "*multicollinearity*".
- b. Variabel dependen harus kontinu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi Y . Artinya, nilai $(Y-Y')$ harus sama untuk nilai Y' . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut '*homoscedasticity*'. Selain itu, nilai residual atau $(Y-Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorelation*" atau "autokorelasi". Autokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).

a. Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas akan menguji data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal (Danang Sunyoto, 2014).

Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model

regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji Normalitas juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik misal dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov* (Umar, 2011)

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini adalah dengan melihat penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Pengujian Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi (Umar, 2011).

Ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas, yaitu (Umar, 2011):

- a. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinieritas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolinieritas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinieritas dapat saja ada walau korelasi dalam keadaan rendah.
- b. Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tetapi masing-masing r^2 parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu di antaranya berlebihan. Tetapi dapat saja R^2 tinggi dan masing-masing r^2 juga tinggi sehingga tak ada jaminan terjadinya multikolinieritas.

Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*), dimana jika dibawah jika nilai VIF di bawah 10 maka bisa dikatakan multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolinieritas (Nugroho, 2011 dalam Ratna Wijayanti Paramita, 2018)

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. (Umar, 2011).

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat adanya kasus heteroskedasrisitas adalah dengan memperhatikan plot dari sebaran residual dan variabel yang diprediksikan. Jika sebaran titik-titik dalam plot tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas (Imam Gunawan, 2017).

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2012). Analisis regresi linear berganda dipakai untuk mengetahui besarnya variabel bebas terhadap variabel terikat (Danang Sunyoto, 2014).

Persamaan regresi linear berganda adalah (Lukas setia Atmaja, 2009):

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan

X = variabel independen

X₁ = variabel *Cost On Delivery*

- X_2 = variabel kepercayaan
- a = konstanta
- β = koefisien regresi variabel independen
- e = *error*

3.7.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (*Cost On Delivery* dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan), baik secara parsial maupun secara simultan.

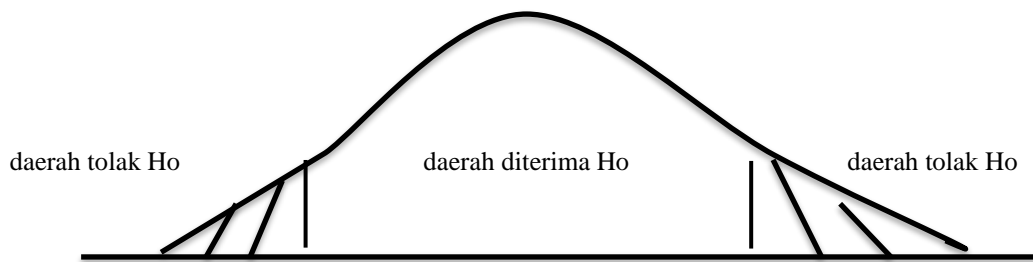
a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Danang Sunyoto (2014), “Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (*Cost On Delivery* dan kepercayaan) secara parsial terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan). Langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut (Danang, 2014) :

1. Merumuskan hipotesis
 - a) Hipotesis pertama

H_1 : Terdapat peranan *Cost On Delivery* pada loyalitas pelanggan Lazada di Kabupaten Lumajang.
 - b) Hipotesis kedua

H_2 : Terdapat peranan kepercayaan pelanggan pada loyalitas pelanggan di Kabupaten Lumajang.
2. Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$
3. Menentukan kriteria pengujian:



Gambar 3.1. Kriteria Pengujian t

Sumber : Danang Sunyoto (2014)

4. Menentukan kriteria pengujian:

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

5.) Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien}\beta}{\text{StandarError}}$$

6.). Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

b) Uji F (Uji Simultan)

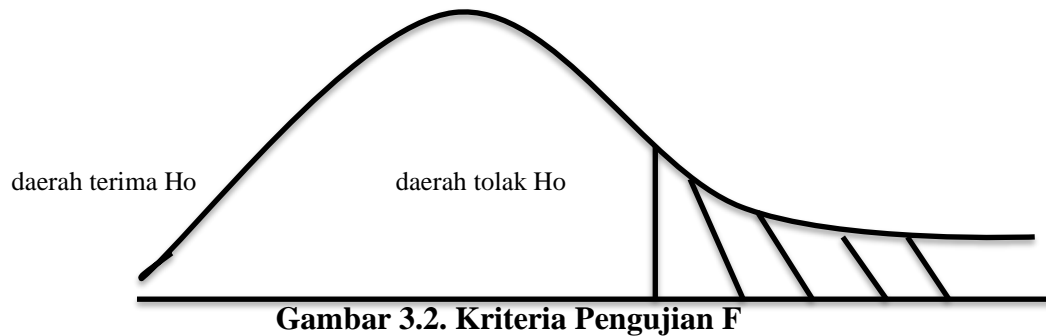
Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, yaitu menggunakan F hitung dengan langkah-langkah sebagai berikut (Danang Sunyoto, 2014):

a. Hipotesis

H_3 :Terdapat peranan *Cost On Delivery* dan kepercayaan pengaruhnya yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Lazada di Kabupaten Lumajang.

Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$.

b. Adapun kriteria pengujiannya adalah :



Sumber : Danang Sunyoto (2014)

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka, H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka, H_0 diterima dan H_a ditolak

3.7.5 Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien Determinasi adalah koefisien korelasi yang dikuadratkan (r^2). Koefisien determinasi menunjukkan fluktuasi atau variasi pada suatu variabel (Y) dapat dijelaskan atau disebabkan oleh variabel lain (X) (Lukas Setia Atmaja, 2009:170). Rumus untuk menghitung koefisien determinasi (r^2), sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{\text{variasi total} - \text{variasi yang tidak bisa dijelaskan}}{\text{Variasi Total}}$$

atau

$$r^2 = \frac{\sum (Y - \hat{Y})^2 - \sum (Y - \bar{Y})^2}{\sum (Y - \bar{Y})^2}$$

Kegunaan menghitung koefisien determinasi adalah untuk memberikan informasi seberapa baik model regresi dibuat. Jika suatu model regresi memiliki koefisien determinasi yang rendah, katakanlah hanya 0,1 menunjukkan model regresi yang dibuat tidak baik karena hanya 10% dari variasi pada variabel Y

disebabkan oleh variabel X pada model regresi. Untuk memperbaiki model regresi tersebut, kita dapat menambahkan variabel bebas lain yang diperkirakan memengaruhi variabel Y (Lukas Setia Atmaja, 2009).

