

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan tujuan dan sifat masalah yang akan diteliti, maka penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah salah satu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:23).

Menurut (Sugiyono, 2017:23-24) filsafat positivisme merupakan sikap memandang realitas/ gejala/ fenomena yang dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah harus menggunakan teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut kemudian di uji melalui pengumpulan data di lapangan menggunakan instrumen penelitian. Data yang di dapat selanjutnya di analisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat di buktikan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi di mana sampel tersebut di ambil.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah variabel independen yang berupa harga dan kualitas pelayanan, serta variabel dependen berupa loyalitas pelanggan. Tempat

pada penelitian ini adalah J&T Lumajang dengan pertimbangan pemilihan tempat sebagai berikut:

- 1) Lokasi penelitian yang berada di Lumajang memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini.
- 2) Ketersediaan waktu yang cukup banyak untuk melakukan penelitian ini.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri secara langsung dari sumbernya untuk menjawab masalah risetnya secara khusus (Oei, 2010:38). Data primer dalam penelitian ini adalah data asli yang diambil secara langsung dari pelanggan jasa pada J&T Lumajang. Data ini merupakan hasil dari kuisioner yang berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Definisi data adalah sesuatu yang harus diolah terlebih dahulu sehingga menghasilkan sebuah informasi yang bermakna dan informasi tersebut merupakan hasil akhir dari proses riset yang dilakukan (Oei, 2010:32). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal. Data internal merupakan data intern atau data yang berasal dari dalam perusahaan yang bersangkutan” (Oei, 2010:34). Data internal dalam penelitian ini berupa profil perusahaan, harga/ biaya jasa, dan jumlah pelanggan. Data ini didapatkan dari J&T Lumajang.

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/ subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:136). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa pada J&T Lumajang pada bulan Juli 2022 adalah 450 pelanggan.

#### 3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:137). Sampel pada penelitian ini adalah para pelanggan yang menggunakan jasa pada J&T Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dan teknik yang dipilih adalah *sampling insidental*.

*Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui memenuhi kriteria sebagai sumber data. Teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini adalah teknik slovin. Siregar (2015) adapun rumus dari teknik solvin adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{450}{1 + 450 \cdot (0,1)^2} \\
 &= \frac{450}{1 + 4,5} \\
 &= \frac{450}{5,5} \\
 &= 81
 \end{aligned}$$

Berdasarkan penghitungan menggunakan rumus slovin diperoleh jumlah sampel yaitu 81 sampel.

### 3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, Definisi Operasional

#### 3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga mendapatkan informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:66) . Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel yaitu:

##### a. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut juga dengan variabel bebas yang memiliki arti variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen/ terikat (Sugiyono, 2017:68). Pada penelitian ini variabel independennya adalah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

##### b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah sering disebut juga sebagai variabel *output*, kriteria, konsukuen dan juga variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas/ independen

(Sugiyono, 2017:68). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).

### **3.5.2 Definisi Konseptual**

#### **a. Harga**

Harga adalah elemen yang termudah dalam pemasaran untuk disesuaikan dan harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan oleh produk atau suatu merek ke pasar. Produk yang baik akan dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang tinggi (Kotler & Keller, 2008b:67).

#### **b. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan cara mengendalikan tingkat keunggulan tersebut dengan baik (Lovelock dalam Ellitan & Anatan, 2017:182).

#### **c. Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan toko berdasarkan sikap pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang dan konsisten (Sheth dan Mittal dalam Tjiptono & Diana, 2015:211).

### **3.5.3 Definisi Operasional**

#### **a. Harga**

Harga adalah elemen yang termudah dalam pemasaran untuk di sesuaikan dan harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan oleh produk atau suatu merek ke pasar. Produk yang baik akan dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang tinggi (Kotler & Keller, 2008b:67). Adapun beberapa indikator harga yang digunakan dalam penelitian ini menurut Stanton dalam Saputra (2017) yakni sebagai berikut:

1) Keterjangkauan harga

Harga yang diterapkan perusahaan mampu dijangkau oleh pelanggan.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang ditunjukkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas yang diberikan, apabila harga semakin mahal maka kualitas akan semakin baik khususnya dalam hal keamanan barang ekspedisi.

3) Daya saing harga

Harga yang diberikan perusahaan mampu menjadi juara dan selalu dipilih oleh masyarakat mayoritas karena lebih baik dari perusahaan lain.

4) Kesesuaian harga dengan kualitas manfaat

Harga yang diberikan perusahaan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tanpa adanya keraguan akan kekurangan dalam hal pelayanan ekspedisinya.

Untuk mendapatkan pendapat responden (pelanggan) yang berkaitan dengan harga, maka dibuat dan disebar kuisioner dengan skala *likert* sebagai berikut:

- 1) Harga jasa yang ditawarkan jasa ekspedisi J&T sangat terjangkau oleh masyarakat.
- 2) Harga yang diberikan J&T sesuai dengan kualitas layanan yang baik.
- 3) Harga jasa ekspedisi J&T lebih murah dibandingkan dengan jasa ekspedisi lain.
- 4) Jasa pengiriman barang oleh ekspedisi J&T selalu memberikan kepercayaan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

**b. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan cara mengendalikan tingkat keunggulan tersebut dengan baik (Lovelock dalam Ellitan & Anatan, 2017:182). Menurut (Parasuraman tahun 1985

dalam Ellitan & Anatan, 2017:184) ada 5 (lima) indikator pada kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Berwujud (*tangibles*)
- 2) Keandalan (*reliability*)
- 3) Daya Tanggap (*responsiveness*)
- 4) Jaminan (*assurance*)
- 5) Empati (*emphaty*)

Untuk mendapatkan pendapat responden (pelanggan) yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, maka dibuat dan disebar kuisioner dengan skala *likert* sebagai berikut:

- 1) Sarana dan prasarana yang digunakan di J&T Lumajang layak dan modern.
- 2) Karyawan atau *sprinter* J&T Lumajang melayani dengan baik, bersikap ramah dan profesional.
- 3) Karyawan atau *sprinter* J&T Lumajang tanggap dan cepat dalam melayani pelanggan.
- 4) Karyawan atau *sprinter* J&T Lumajang memberikan pelayanan yang sesuai dengan SOP (*Standart Operasional Prosedur*).
- 5) Karyawan atau *sprinter* J&T Lumajang memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

### c. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan toko berdasarkan sikap pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang dan konsisten (Sheth dan Mittal dalam Tjiptono & Diana, 2015:211). Dari definisi

tersebut maka indikator pada loyalitas pelanggan menurut (Griffin tahun 2005 dalam Widyasari et al., 2017) yaitu:

- 1) Membeli lini produk
- 2) Melakukan pembelian secara teratur / berulang.
- 3) Menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari pesaing.
- 4) Merekomendasikan/ memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang di dapat dari perusahaan.

Untuk mendapatkan pendapat responden (pelanggan) yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, maka dibuat dan disebar kuisioner dengan skala *likert* sebagai berikut:

- 1) Saya seringkali menggunakan pilihan pengiriman lain dari J&T sesuai kebutuhan.
- 2) Saya selalu menggunakan jasa ekspedisi di J&T Lumajang secara berulang.
- 3) Saya tidak pernah berpindah ke jasa ekspedisi lainnya meskipun banyak tawaran dari ekspedisi lainnya.
- 4) Saya selalu merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa ekspedisi pada J&T Lumajang.

### **3.6 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur atau menilai fenomena sosial maupun alam yang akan diamati. Fenomena ini disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2015:148). Instrumen pada penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel kemudian selanjutnya instrumen penelitian ini dan skalanya dalam mengukurnya disajikan pada tabel berikut:



Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Harga	Keterjangkauan Harga	Harga jasa yang ditawarkan jasa ekspedisi J&T sangat terjangkau oleh masyarakat	Ordinal	Stanton dalam Saputra (2017)
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	Harga yang diberikan J&T sesuai dengan kualitas layanan yang baik		
	Daya Saing Harga	Harga jasa ekspedisi J&T lebih murah dibandingkan dengan jasa ekspedisi lain		
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Jasa pengiriman barang oleh ekspedisi J&T selalu memberikan kepercayaan yang sesuai dengan harapan pelanggan		
Kualitas Pelayanan	<i>tangibles</i>	Sarana dan prasarana yang digunakan di J&T Lumajang layak dan modern	Ordinal	(Parasuraman tahun 1985 dalam Ellitan & Anatan, 2017:184)
	<i>reliability</i>	Karyawan atau <i>sprinter</i> J&T Lumajang melayani dengan baik, bersikap ramah dan professional		
	<i>responsiveness</i>	Karyawan atau <i>sprinter</i> J&T Lumajang tanggap dan cepat dalam melayani pelanggan		
	<i>assurance</i>	Karyawan atau <i>sprinter</i> J&T Lumajang memberikan pelayanan yang sesuai dengan SOP ( <i>Standart Operasional Prosedur</i> )		
	<i>emphaty</i>	Karyawan atau <i>sprinter</i> J&T Lumajang memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan		
Loyalitas Pelanggan	Membeli lini produk	Saya seringkali menggunakan pilihan pengiriman lain dari J&T sesuai kebutuhan	Ordinal	(Griffin tahun 2005 dalam Widyasari et al., 2017)
	Melakukan pembelian secara teratur	Saya selalu menggunakan jasa ekspedisi di J&T Lumajang secara berulang		
	Menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari pesaing	Saya tidak pernah berpindah ke jasa ekspedisi lainnya meskipun banyak tawaran dari ekspedisi lainnya		
	Merekomendasikan/ memberitahukan kepada orang lain	Saya selalu merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa ekspedisi pada J&T Lumajang		

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan beberapa metode/teknik pengumpulan data, yaitu:

#### 3.7.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila di bandingkan dengan teknik yang lain dan tidak terbatas pada orang tetapi juga pada objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2017:229). Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah mengamati secara langsung responden yaitu pengguna jasa ekspedisi pada J&T Lumajang.

#### 3.7.2 Kuisiner

Kuisiner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisiner merupakan teknik yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan juga cocok apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar luas di berbagai wilayah (Sugiyono, 2017:225).

Pengukuran data untuk variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dilakukan dengan pemberian skor pada setiap pertanyaan dari kuisiner. Pemberian skor ini berdasarkan skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2017:158) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Adapun bentuk skala *likert* adalah sebagai berikut:

- |  |   |
|--|---|
| a. Setuju/selalu/sangat/positif diberi skor                    | 5 |
| b. Setuju/sering/postif diberi skor                            | 4 |
| c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor                  | 3 |
| d. Tidak Setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor        | 2 |
| e. Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif diberi skor | 1 |

### 3.8 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2017:23) dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Dalam analisis data ada kegiatan 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 diajukan.

#### 3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang digunakan untuk menjaring data responden.

##### a. Pengujian Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur, apabila alat ukur tersebut kurang valid maka validitas yang dimilikinya rendah (Riduwan, 2018:109). Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan korelasi *product moment*. Nilai patokan untuk uji validitas adalah koefisien korelasi yang mendapat nilai lebih besar dari 0,30 (Augustine & Kristaung, 2013:70).

## b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan. Reliabel berarti dapat dipercaya jadi dapat diandalkan” (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:54). Menurut (Nugroho, 2011:33) uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas di bedakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho, (2011:33).

## 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

### a. Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametik (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:134).

Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:135) uji normalitas data dapat di uji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- 1) Menggunakan rasio *skewness* dan rasio kurtonis dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak dengan cara melakukan pembagian dengan standar *error skewness*, begitu juga untuk kurtosis. Dengan cara ini, batasan data dikatakan berdistribusi normal jika nilai rasio kurtonis dan

skewness berada di antara -2 hingga +2, di luar nilai tersebut maka data tidak berdistribusi normal.

- 2) Menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov* atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S, data dikatakan normal apabila nilai Sig. > 0,05.

#### **b. Pengujian Multikolinieritas**

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi kolerasi atau hubungan yang kuat antara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus bebas dari gejala multikolinieritas (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:141).

Untuk mendeteksi apakah model tersebut mengalami gejala multikolinieritas (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:141), maka kita harus melihat pada:

- 1) Ketidak konsistenan antara koefisien regresi yang diperoleh dengan teori yang digunakan.
- 2) Nilai *R-Square* semakin membesar, padahal pada pengujian secara parsial tidak ada pengaruh atau nilai signifikan > 0,05.
- 3) Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi pada saat dilakukan penambahan atau pengurangan sebuah variabel bebas dari model regresi.
- 4) *Overestimated* dari nilai standar *error* untuk koefisien regresi

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (Variance Inflation Factor).

Model regresi yang baik menghasilkan nilai VIF < 10 dan bila menghasilkan nilai

VIF >10 berarti telah terjadi multikolinieritas. Multikolinieritas juga bisa di deteksi dari nilai tolerance, apabila nilai tolerance yang dihasilkan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjauhi 1, maka model tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:142).

### c. Pengujian Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah variasi residual tidak sama dari suatu pengamatan ke pengamatan lain, sehingga variansi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan lainnya sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:138).

Menurut (Ghozali, 2016:134) untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatter plot* antara SRESID dengan ZPRED dan sumbu Y merupakan Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residualnya. Dasar analisis dalam penelitian ini adalah:

- 1) Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu secara teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, beserta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:157) analisis regresi linier berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen (Y)". Secara umum model regresi linier berganda untuk populasi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel Dependen (Loyalitas Pelanggan)

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Variabel Independen 1 (Harga)

$X_2$  = Variabel Independen 2 (Kualitas Pelayanan)

$b_1$  &  $b_2$  = Nilai koefisien regresi variabel independen

$e$  = *error*

(Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:157)

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur intensitas hubungan dan membuat perkiraan nilai antara variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan atas variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:158).

### 3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

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

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar mempengaruhi terhadap variabel terikat (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:168). Untuk mengetahui hubungan atau pengaruh variabel bebas yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan secara parsial yang di uji dengan signifikan. Menurut (Sunyoto, 2015:101) ada beberapa langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis:

$H_0$ : Tidak terdapat hubungan harga dan kualitas pelayanan secara parsial signifikan terhadap loyalitas pelanggan J&T Lumajang.

$H_a$ : Terdapat hubungan harga dan kualitas pelayanan secara parsial signifikan terhadap loyalitas pelanggan J&T Lumajang.

2) Menentukan level of signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

3) Menentekun kreteria pengujian:

Jika  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  , maka Hoditerima dan  $H_a$  ditolak

Jika  $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$  , maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima

4) Menentukan nilai t hitung dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

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

### 3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dengan simbol  $r^2$  merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang akan dihitung berdasarkan pada model statistik. Koefisien determinan ( $r^2$ ) bisa juga dikatakan sebagai rasio variabilitas nilai-nilai yang dibuat model dengan variabilitas nilai data asli. Secara umum,  $r^2$  digunakan untuk informasi yang berkaitan dengan kecocokan suatu model dan dalam regresi,  $r^2$  ini dijadikan sebagai pengukur seberapa baik garis regresi mendekati nilai data asli yang dibuat model. Jika  $r^2$  memiliki nilai sama dengan 1 maka garis regresi cocok dengan data secara sempurna (Augustine & Kristaung, 2013:134).

Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) dalam penelitian ini akan digunakan untuk mencari berapa besarnya hubungan atau pengaruh variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan J&T Lumajang.