

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian yang baik akan menentukan keberhasilan serta kualitas dari suatu penelitian ilmiah. Dengan menyusun suatu desain penelitian, peneliti pada dasarnya membuat arahan tentang berbagai hal yang harus dilakukan dalam upaya untuk melakukan suatu penelitian. Pada penelitian ini yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif ini digunakan dua jenis variabel, yakni variabel independen (bebas) meliputi Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) dan variabel dependen (terikat) meliputi Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kedua variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian survei. Kuswanto, (2012: 66). Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian kreatif, distribusi dan hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.

#### **3.2 Operasional Variabel**

Menurut (Sugiyono, 2012: 38). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 3.2.1 Variabel Independen

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga.

#### 3.2.1.1 Kualitas Pelayanan

Menurut (Putri & Kartika, 2017: 45) mengemukakan bahwa dari kualitas pelayanan, terdapat lima dimensi indikator, yaitu :

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan.
2. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan kepada perusahaan.

#### 3.2.1.2 Kepuasan Konsumen

Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan (Sangaji, 2013: 181):

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung
3. Kesiapan merekomendasikan

### **3.2.2 Variabel Dependen (Y)**

Variabel terikat (dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas/independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

#### **3.2.2.1 Loyalitas Pelanggan**

Menurut (Griffin R. W, 2010: 130). menjelaskan bahwa pelanggan yang loyal bisa dikatakan sebagai asset bagi suatu perusahaan. Dalam loyalitas pelanggan dapat diukur dengan pendekatan berperilaku, yaitu: Indikator dari loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur.

Pelanggan yang loyal adalah mereka yang melakukan pembelian barang ataupun jasa secara teratur bahkan mereka akan tetap membeli meskipun harganya mengalami kenaikan.

2. Membeli antar lini produk dan jasa.

Pelanggan yang loyal bukan hanya membeli satu jenis produk atau jasa saja dari sebuah perusahaan, melainkan mereka juga membeli produk ataupun jasa tambahan yang disediakan oleh perusahaan tersebut.

3. Mereferensikan kepada orang lain.

Pelanggan yang loyal selalu ingin mereferensikan suatu produk atau jasa yang digunakannya kepada orang lain, baik kepada teman maupun saudara. Mereka selalu berusaha mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang sama dengan selalu menceritakan kelebihan produk

atau jasa yang dia gunakan sampai orang tersebut mencoba menggunakannya.

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pengukuran</b>
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Menurut Gulla, Oroh, & Roring, (2015:34) menyatakan kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima / rasakan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangibles</i> / Nyata</li> <li>2. <i>Reliability</i> / Keandalan</li> <li>3. <i>Responsiveness</i> / Respon</li> <li>4. <i>Assurance</i> / Jaminan</li> </ol>	Skala Likert
Kepuasan Konsumen (X <sub>2</sub> )	Bob Sabran (2012:177) kepuasan konsumen adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harapan</li> <li>2. Minat berkunjung</li> <li>2. Kesedian merekomendasikan</li> </ol>	Skala Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	(Timm, 2013:7) loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang selalu melakukan pembelian ulang, yang pada	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pembelian berulang secara teratur.</li> <li>2. Membeli antar lini produk dan jasa.</li> <li>3. Mereferensikan kepada</li> </ol>	

	gilirannya menjamin aliran pendapatan bagi perusahaan, memiliki kecenderungan membeli lebih banyak, mau membayar dengan harga yang lebih mahal, yang akan berdampak secara langsung kepada keuntungan yang diperoleh perusahaan.	orang lain.	Skala Likert
--	--	-------------	--------------

**Sumber:**( Menurut Gulla, Oroh, & Roring, 2015: 34) , Bob Sabran (2012: 177) , (Timm, 2013)

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah membeli produk PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Total jumlah populasi sebanyak 57.388.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2012: 81). Responden dipilih secara acak yang ditentukan sesuai dengan cakupan wilayah masing-masing unit pelayanan. Sedangkan untuk besaran sampel dan populasi dapat menggunakan tabel sampel dari Krejcie dan Morgan atau dihitung dengan menggunakan rumus :

Pada penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil didasarkan pada:

$$n = \frac{x^2 \cdot N \cdot P(1-P)}{(N-1) \cdot d^2 + x^2 \cdot P(1-P)}$$

**Rumus 3.1** Krejcie dan Morgan

**Sumber:** (Juliansyah, 2019)

**Keterangan:**

- n : Ukuran sampel  
 N : Besar populasi  
 P : Proporsi populasi  
 d : kesalahan (absolute) yang dapat ditolerir, yaitu 5 atau 0,05

$$n = \frac{x^2 \cdot N \cdot P(1-p)}{(N-1) \cdot d^2 + x^2 \cdot P(1-P)}$$

$$n = \frac{3,841 \times N(0,5 \times 0,5)}{(N-1) \cdot 0,05^2 + 3,841(0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{3,841 \cdot 57388(0,25)}{(57388-1) \cdot 0,0025 + 3,841(0,25)}$$

$$n = 381,55 \text{ atau } 382$$

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono, (2012: 225). Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Dalam penelitian ini

peneliti menggunakan data primer. Peneliti data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

(Sugiyono, 2012: 137). Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada respondennya, yaitu pelanggan Alfamart Pondok Pratiwi.

2. Data Sekunder

(Sugiyono, 2012: 137). Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Peneliti menggunakan studi pustaka untuk memperoleh data sekunder.

Adapun alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

(Sugiyono, 2012: 93). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam kuesioner ini nantinya terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pernyataan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Peneliti menggunakan skala Likert dalam menyusun kuesioner ini. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang

tentang fenomena social. Peneliti ini menggunakan sejumlah *statement* dengan 5 skala yang menunjukkan setuju terhadap *statement* tersebut.

**Tabel 3.2** Skala Likert

<b>PERNYATAAN</b>	<b>BOBOT/PENILAAAN</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber:** (Sugiyono, 2012)

Sebelum daftar pertanyaan diajukan kepada seluruh responden penelitian, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Tujuan pengujian ini adalah untuk menghasilkan daftar pertanyaan yang reliabel dan valid.

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka ini diperoleh dari buku-buku yang relevan dengan judul penelitian yaitu tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, jurnal-jurnal terlebih dahulu dan membaca skripsi senior.

### 3.5 Metode Analisis Data

Selanjutnya setelah pengumpulan data primer yang dikumpulkan dari lapangan maka selanjutnya tahapan analisis data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda, dilengkapi pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t dan secara simultan dengan uji F.

### 3.5.1 Uji Kualitas Data

Untuk mempermudah pengujian validitas dan reliabilitas butir-butir pertanyaan penelitian, pembentukan garis regresi beserta pengujian hipotesis penelitian menggunakan alat bantu SPSS versi 25.

#### 3.5.1.1 Uji Validitas

(Sugiyono, 2012: 267). 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 antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf 0,05 artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item. Berikut tabel yang menggambarkan range validitas.

**Tabel 3.3 Range Validitas.**

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

**Sumber:**(Sugiyono, 2015)

Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

**Rumus 3.2** *Pearson Product Moment*

**Sumber:**(Sugiyono, 2012)

Keputusan diambil sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

(Sujarweni, 2014: 85) Reliabilitas menunjuk padapengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Uji sreliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Untuk mencari besaran angka reabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dapat digunakan suatu rumus sebagai berikut:

$$r_{II} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \left[ \frac{\sum ab^2}{at^2} \right] \right]$$

**Rumus 3.3** *Cronbach's Alpha*

**Sumber:** (Sujarweni, 2014)

Dimana:

$r$  = koefisien *reliability instrument (cronbach alpha)*

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sum ab^2$  = total varians butir

$at^2$  = total varians

Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini:

**Tabel 3.4** Indeks Koefisien Reliabilitas

No <sup>a)</sup>	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber: (Wibowo, 2012)

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan histogram *regression residual*, grafik normal *probability plots*, dan *scatter plot* dengan dasar pengambilan keputusan:

1. Berdasarkan histogram *regression residual*, disimpulkan model memiliki distribusi normal jika bentuk kurva menyerupai lonceng, *bell shaped*.
2. Diagram normal P-P plot *regression standardized*, keberadaan titik-titik berada pada sekitar garis dan pada *scatter plot* nampak menyebar, hal ini menunjukkan model berdistribusi normal.
3. Keberadaan titik-titik pada *scatter plot* menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu X dan Y, maka data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Tampilan ini menunjukkan bahwa model berdistribusi normal.

(Sugiyono, 2015: 156) Uji normalitas kolmogorov-smirnov digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya

berbentuk ordinal yang telah tersusun pada tabel distribusi frekuensi kumulatif dengan menggunakan kelas-kelas interval.

Rumusan Hipotesis:

1. Ho: Tidak adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Pondok Pratiwi.
2. Ha: Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Pondok Pratiwi.

Keputusan diambil sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

### 3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

(Ghozali, 2018: 108). Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1 / tolerance$ ). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance*  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ .

### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

(Ghozali, 2018: 137). Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Ghozali, (2018: 138). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di *-studentized*.

Menurut Ghozali (Ghozali, 2018) dasar pengambilan keputusan uji tersebut adalah sebagai berikut:

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

### 3.5.3 Uji Pengaruh

#### 3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linear berganda adalah regresi linear di mana satu variabel terikat dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2011). Berdasarkan konsep tersebut terdapat persamaan garis regresi yang melibatkan 3 variabel (1 variabel terikat dan 2 variabel bebas) yang di rumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 \dots + b_n x_n$$

**Rumus 3.4** Regresi Linier Berganda

**Sumber:** (Sanusi, 2011)

Dimana:

$Y$  = Keputusan Pembelian

$a$  = Nilai konstanta

$b$  = Nilai koefisien regresi

$x_1$  = Promosi

$x_2$  = Harga

#### 3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

(Ghozali, 2018: 97). Koefisien determinasi (*Square*  $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 atau ( $0 < x < 1$ ). Nilai *square*  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas.

Ghozali, (2018: 97). Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Hal-hal yang perlu diperhatikan mengenai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a) Nilai  $R^2$  harus berkisar 0 sampai 1
- b) Bila  $R^2 = 1$  berarti terjadi kecocokan sempurna dari variabel independen menjelaskan variabel dependen.
- c) Bila  $R^2 = 0$  berarti tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen terhadap variabel dependen.

#### **3.5.4 Uji Hipotesis**

Uji hipotesis dapat menggunakan dua cara menurut (Wibowo, 2012) yaitu dengan menggunakan tingkat signifikan atau probabilitas dan tingkat kepercayaan. Jika dilakukan dengan tingkat signifikan kebanyakan penelitian menggunakan 0,05. Dalam melakukan sesuatu penelitian, biasanya terdapat dua uji hipotesis yaitu hipotesis nol atau hipotesis  $H_0$  dan hipotesis alternatif atau  $H_a$ .

##### **3.5.4.1 Uji t**

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Jika nilai statistik t hitung lebih tinggi dibandingkan t tabel,

maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Hal ini menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lainnya adalah konstan. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan ( $\alpha$ ) yaitu 0,05.

Uji hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\bar{x} - \mu_o}{s / \sqrt{n}} \quad \text{Rumus 3.5 Uji-t}$$

**Sumber:** (Sugiyono, 2015)

Rumusan Hipotesis:

1.  $H_0$ : Tidak adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Pondok Pratiwi.
2.  $H_a$ : Adanya pengaruh Promosi dan Kepuasan Konsumen Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Pondok Pratiwi.

Keputusan diambil sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  atau  $\text{sig} > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

### 3.5.4.2 Uji F

(Ghozali, 2018: 98). Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji f dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{SSR/k}{SSE/[n-(k+1)]}$$

**Rumus 3.6 Uji-F**

**Sumber:** (Sanusi, 2011)

Rumusan Hipotesis:

1. Ho: Tidak adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Pondok Pratiwi.
2. Ha: Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Pondok Pratiwi.

Keputusan diambil sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Membandingkan antara F hitung dengan F tabel :
  - a) Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
  - b) Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Berdasarkan Probabilitas Signifikansi
  - a) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
  - b) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima.

### 3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.6.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada Alfamart Pondok Pratiwi yang beralamat di Ruko Pondok Pratiwi, Sekupang-Batam. Alfamart Pondok Pratiwi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *ritel penyedia kebutuhan rumah tangga* yang beroperasi sejak tahun 2013 di Kota Batam.

#### 3.6.2 Jadwal Penelitian

Masa penelitian berlangsung dari bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Oktober 2019. Rincian proses penyusunan penelitian adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.5 Jadwal Penelitian**

Kegiatan	Sep 2019	Okt 2019				Nov 2019				Des 2019				Jan 2020				Feb 2020	
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	
Mencari Fenomena/ Latar Belakang Masalah	■	■	■	■															
Menentukan Judul			■	■															
Mencari Jurnal Pendukung				■	■	■	■	■											
Studi Pustaka									■	■	■	■							
Penentuan Model Penelitian										■	■								
Penyebaran dan Analisis Kuesioner												■	■	■					
Penyusunan Hasil Penelitian															■				
Simpulan dan Saran																■	■	■	■

(Sumber: Data Penelitian, 2019)