

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis dan Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang pendekatannya berbentuk angka atau yang di angka-kan dan dihitung menggunakan statistik. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan Metode Survei. Menurut Sugiyono, (2017). Metode penelitian kuantitatif adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi titik perhatian. Penelitian ini mengambil objek dengan lokasi yang terletak di Gg. Patin, Desa. Banjar Rejo, Kec. Batanghari, Kabupaten Lampung Timur, Lampung 34381

B. Teknik *Simple Random Sampling*

Menurut Sugiyono (2019) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili.

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2016). Jenis desain sampel yang akan digunakan peneliti berupa *Simple Random Sampling*, dimana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2016). Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Setiap responden adalah pelanggan yang sudah pernah membeli produk “Seblak Medok Prasmanan Metro”.
2. Satu responden hanya boleh mengisi satu kuesioner.

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung ke Seblak Medok Prasmanan Metro dan telah melakukan pembelian.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi.

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Menurut Hair (2016) bahwa apabila ukuran sampel terlalu besar misalnya 400, maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran *goodness-of fit* yang baik. Sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini jumlah sampel sebesar 105 orang yang berasal dari konsumen Seblak Medok Prasmanan Metro (dengan jumlah indikator sebanyak 21 buah dikali 5). Jadi, melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 105 orang yang berasal dari konsumen Seblak Medok Prasmanan Metro.

Dengan demikian Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Jenis desain sampel yang akan digunakan peneliti berupa *Simple Random Sampling*.

C. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat dengan simbol (X). Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel

bebas dengan simbol (Y). Pada penelitian ini terdapat 3 variabel yang menjadi variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) serta Loyalitas Pelanggan (Y). Definisi konseptual variabel-variabel tersebut sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

- a. Definisi Konseptual : Menurut Sunyoto (2015) bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.
- b. Definisi Operasional : Kualitas pelayanan merupakan elemen yang terpenting dengan upaya untuk memuaskan konsumen atas keinginan dan kebutuhan konsumen yang dapat dijabarkan melalui bukti fisik, keandalan dalam memberikan layanan sesuai yang dijanjikan, ketanggapan/kepekaan dalam pelayanan, jaminan layanan, dan empati dalam melayani yang dapat diukur melalui kuisisioner dengan skala likert yang dibagikan kepada pelanggan pada Seblak Medok Prasmanan Metro.

2. Variabel Kualitas Produk (X2)

- a. Definisi Konseptual: Menurut Tjiptono & Chandra (2017) menjelaskan bahwa produk ialah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang kemudian dapat digunakan atau dirasakan oleh pelanggan.
- b. Definisi Operasional: kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi hasil kerja, keistimewaan, daya tahan, kehandalan, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Kualitas produk yang dapat diukur melalui kuisisioner skala likert yang dibagikan kepada pelanggan pada Seblak Medok Prasmanan Metro.

3. Variabel Harga (X3)

- a. Definisi Konseptual: Harga didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2016) sebagaimana "nilai yang ditukarkan oleh pelanggan sebagaimana imbalan atas manfaat, kepemilikan, atau penggunaan komoditas dan jasa."
- b. Definisi Operasional: harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi

perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran. Oleh karena itu, harga mempengaruhi keterjangkauan, perbandingan, dan kesesuaian harga. Harga yang dapat diukur melalui kuesioner skala likert yang dibagikan kepada pelanggan pada Seblak Medok Prasmanan Metro.

4. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

- a. Definisi Konseptual: Menurut (Rafiah, 2019), loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai komitmen yang tetap untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan di masa depan terhadap produk atau jasa yang disukai. Ini terjadi meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang dapat berpotensi mengubah perilaku konsumen. Loyalitas konsumen menjadi faktor krusial yang berkontribusi pada peningkatan profit perusahaan. Hal ini dikarenakan konsumen yang memiliki loyalitas cenderung bersedia mengeluarkan biaya lebih tinggi untuk produk yang mereka sukai, serta lebih toleran terhadap masalah yang mungkin muncul terkait pelayanan dan kinerja suatu produk.
- b. Definisi Operasional: loyalitas pelanggan adalah Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, dan memenuhi tanggapan konsumen dengan tanggapan kepercayaan. meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan dapat diukur melalui kuesioner dengan skala likert yang dibagikan kepada pelanggan pada Seblak Medok Prasmanan Metro.

Tabel 5. Kisi – kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	No Kuesioner
Kualitas Pelayanan (X1) (Kotler dan Keller, 2016)	Kepercayaan	1,2,3,4,
	Fasilitas	5,6,7,8
	Respon Karyawan	9,10,11,12
	Keahlian Karyawan	13,14,15,16
	Empati	17,18,19,20
Kualitas Produk (X2) (Tjiptono, 2019)	Kinerja	1,2
	Ciri-ciri atau keistimewaan	3,4,5
	Keandalan	6,7
	Kesesuaian spesifikasi	8,9,10

	Daya Tahan	11,12
	Kegunaan	13,14,15
	Estetika	16,17
	Kualitas	18,19,20
Harga (X3) (Stanton, 2016)	Keterjangkauan	1,2,3,4,5
	Kesesuaian dengan produk	6,7,8,9,10
	Daya Saing	11,12,13,14,15
	Kesesuaian dengan Manfaat	16,17,18,19,20
Loyalitas Pelanggan (Y) (Griffin, 2015)	Pembelian Ulang	1,2,3,4,5
	Pembelian antar lini	6,7,8,9,10
	Mereferensikan	11,12,13,14,15
	Kebal Tarikan Pesaing	16,17,18,19,20

D. Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden.

1. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden.

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian. Data primer ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu 105 pelanggan Seblak Medok Prasmanan Metro.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan angket terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis atau verbal yang dijawab oleh responden dengan panduan kuesioner. Metode pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada seluruh stakeholder yang ada pada cahaya konveksi melalui google forms secara online yang disebar melalui grup aplikasi whatsapps.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperkuat hasil penelitian. Sumber sumber studi pustaka berasal dari buku-buku yang berkaitan dengan investasi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

2. Skala Pengukuran

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket dengan menggunakan skala likert. Menurut Azwar (2016) Skala pengukuran ini digunakan untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah selanjutnya. Prinsip pokok skala likert adalah menentukan lokasi kedudukan seseorang dalam suatu kontinum sikap terhadap objek sikap, mulai dari sangat negatif sampai sangat positif. Penulis sajikan skala pengukuran dengan tabel berikut :

Tabel 6. Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner Skala Likert

Nilai	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Cukup Setuju
2	Kurang Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Bila variabel penelitiannya empat, maka jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian juga empat. Instrumen-instrumen penelitian sudah ada yang dibakukan, tetapi masih ada

yang harus dibuat penulis sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala.

a. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono, (2017) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi penulis menggunakan rumus Korelasi Product Moment yang dikemukakan oleh Pearson, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad \dots(1)$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden Uji Coba

X = Skor Tiap Item

Y = Skor Seluruh Item Responden Uji Coba

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien Cronbach's Alpha berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,7. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliabel atau secara sederhana, instrument penelitian atau kuesioner tersebut dapat digunakan kembali dalam penelitian. Untuk menghitung uji reliabilitas tes bentuk uraian dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach-Alpha, yaitu:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a^2 b}{a^2 t} \right) \quad \dots(2)$$

Keterangan:

r_{ii} = Koefisien Reliabilitas Alpha

k = Jumlah Item Pernyataan

$\sum \sigma^2 t$ = Jumlah Variabel Bulir

$\sigma^2 t$ = Varian Total

Jika nilai alpha > 0.7 artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha > 0.80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknainya sebagai berikut:

Jika alpha > 0.90 maka reliabilitas sempurna. Jika alpha antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika alpha 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika alpha < 0.50 maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

2. Pengujian Prasyarat Analisis Regresi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal, jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternative yang digunakan adalah statistic non parametric. Yaitu dengan menggunakan uji Liliefors dengan melihat nilai pada KolmogorovSmirnov. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05. Suwanto (2021).

Dalam uji Kolmogorov-Smirno vini standar yang ditentukan dengan pedoman keputusan yaitu sebagai berikut

- Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka tidak berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka berdistribusi normal. Hipotesis yang digunakan dalam menyimpulkan keputusan yaitu:

H_a berdistribusi normal dan H_0 tidak berdistribusi normal.

Rumus Kolmogorov-Smirnov:

$$KD = 1,36 \frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2} \quad \dots(3)$$

(Sugiyono, 2013)

Keterangan :

KD= Jumlah Kolmogorov-Smirnov yang dicari

n1= Jumlah sampel yang diperoleh

n2= Jumlah sampel yang diharapkan

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mendapatkan hasil antara dua variabel maupun ataupun lebih secara signifikan mempunyai hubungan linier atau tidak dalam prasyarat regresi linier atau analisis korelasi digunakan uji linieritas.

$$\text{Jika } \geq F_{\text{tabel}} = \text{Linier} \quad \dots(4)$$

$$\text{Jika } > F_{\text{tabel}} = \text{Signifikan}$$

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi yang sama. Uji homogenitas dikenakan pada data hasil post-test dari kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Untuk mengukur homogenitas varians dari dua kelompok data, digunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Varian Terbesar}}{\text{Varian Terkecil}} \quad \dots(5)$$

Taraf signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka memiliki varian yang homogen. Akan tetapi apabila F hitung lebih besar dari F tabel, maka varian tidak homogen.

3. Pengujian Persamaan

a. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghazali, (2018) Untuk menguji model pengaruh dan hubungan variabel bebas yang lebih dari dua variabel terhadap variable dependen, digunakan persamaan regresi linier berganda (multiple linier regression method). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Rumus persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad \dots(6)$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kualitas Produk

X3 = Harga

e = Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji parsial (t-test) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali 2018:98). Uji T adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh nyata atau tidak atas variabel dependen yaitu variabel (Y) secara parsial. Dalam penelitian ini Derajat signifikan yang dipakai adalah 0,05 yang akan diketahui menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2} \quad \dots(7)$$

Keterangan:

t = T Hitung

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

$t = 1 - r^2$

Dasar Pengambilan keputusan:

1. Jika nilai sig $\leq 0,05$ dan koefisien beta positif, maka hipotesis didukung.
2. Jika nilai sig $> 0,05$ dan koefisien beta negatif, maka hipotesis tidak didukung.

b. Uji F

Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependennya. Menurut Ghozali (2018) Uji F tabel merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu variabel (X1, X2, ... Xn) berpengaruh secara signifikan atas variabel dependen yaitu (Y) secara simultan. Dan untuk mengetahui kemungkinan model regresi bisa dipakai dalam prediksi variabel dependen atau tidak. Rumus nya adalah sebagai berikut:

$$f_{reg} = \frac{R^2(N-m-1)}{m(1-R^2)} \quad \dots(8)$$

Keterangan:

freg = Harga F untuk Garis Regresi

N = Jumlah Responden

m = jumlah Variabel

R2 = Koefisien korelasi

Harga F hitung dikonsultasikan dengan F tabel pada taraf signifikansi 0,05. Apabila F hitung bernilai lebih besar atau sama dari F tabel maka hipotesis dinyatakan bisa diterima, namun apabila F hitung lebih kecil dari F tabel maka hipotesis dinyatakan tidak bisa diterima.

c. Uji Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai determinasi terletak antara nol dan satu. (R2) yang kecil berarti kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai adjusted r square (R2). Nilai adjusted R2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

d. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Hipotesis statistik adalah dugaan tentang parameter suatu populasi. hipotesis statistik terbagi kedalam dua bagian yaitu Hipotesis nihil/null (H0) dan Hipotesis alternatif (Ha) (Zaki dan Saiman, 2021) Hipotesis statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H0 : $\beta_1 = 0$: Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)
Ha : $\beta_1 \neq 0$: Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)
2. H0 : $\beta_2 = 0$: Kualitas Produk (X2) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)
Ha : $\beta_2 \neq 0$: Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan (Y)
3. H0 : $\beta_3 = 0$: Harga (X3) tidak berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan (Y)

Ha : $\beta_3 \neq 0$: Harga (X3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

4. H0 : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$: Kualitas Pelayanan (X1) Kualitas Produk (X2) Dan Harga (X3) tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Ha : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$: Kualitas Pelayanan (X1) Kualitas Produk (X2) Dan Harga (X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)