

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan strategi yang dipilih oleh peneliti untuk secara sistematis dan logis mengintegrasikan semua komponen riset guna membahas dan menganalisis fokus penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei sebagai pendekatan utama.

Menurut Creswell et al. (2006), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang menekankan penggunaan data berbentuk angka serta penerapan teknik statistik untuk analisis data. Dalam ruang lingkup metode kuantitatif, terdapat berbagai jenis penelitian seperti eksperimen, survei, penelitian korelasional, dan penelitian kausal-komparatif. Metode kuantitatif memiliki beberapa karakteristik penting, seperti penggunaan instrumen yang valid dan reliabel, pemilihan sampel yang representatif, serta desain penelitian yang selaras dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Hal ini melibatkan pengumpulan, penyusunan, pengolahan, dan analisis data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Dalam prosesnya, data tersebut diberikan perlakuan tertentu yang diteliti lebih lanjut. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak analisis statistik, yaitu SPSS versi 25.

Lebih lanjut lagi, Creswell et al. (2006) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filosofis positivisme. Metode ini diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, di mana teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak (random). Pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif menggunakan instrumen penelitian, sementara analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kesimpulannya, penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode survei sebagai strategi utama. Pendekatan ini mengandalkan data angka dan analisis statistik menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25, untuk memberikan jawaban yang akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan. Desain penelitian yang terstruktur seperti ini

memungkinkan peneliti untuk menangani fokus penelitian dengan cara yang logis dan dapat diandalkan, guna mencapai hasil yang valid dan dapat diakui.

B. Tahapan Penelitian

1. Teknik *Sampling*

Teknik sampling adalah metode untuk memilih sampel dari suatu populasi. Dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang bisa digunakan untuk menentukan sampel yang paling sesuai. Menurut Sugiono (2018, p. 18), teknik sampling secara umum dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu probability sampling dan nonprobability sampling. Dalam penelitian ini, digunakan teknik probability sampling dengan jenis purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik di mana peneliti memilih sampel secara sengaja berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian.

Menurut Sugiono (2018, p. 131), sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu. Ketika populasi sangat besar dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari seluruh anggota populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Kesimpulan yang diambil dari sampel ini kemudian diharapkan dapat berlaku untuk seluruh populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil haruslah representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasi.

Dalam konteks penelitian ini, penggunaan purposive sampling dilakukan berdasarkan kriteria khusus yang relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti menetapkan kriteria-kriteria itu untuk memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar dapat mewakili populasi dan relevan dengan pertanyaan penelitian. Proses pemilihan sampel ini adalah langkah kritis untuk memperoleh data yang valid dan dapat diandalkan, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat tentang populasi yang lebih besar. Representativitas sangat penting dalam teknik sampling agar hasil penelitian dapat memberikan kesimpulan yang berlaku umum.

Dengan menggunakan teknik purposive sampling, penelitian ini diharapkan dapat memperoleh sampel yang tepat dan relevan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk membuat generalisasi yang valid dari temuan penelitian terhadap populasi yang lebih luas. Teknik ini memudahkan peneliti untuk fokus pada subjek tertentu yang benar-benar dapat memberikan informasi yang diperlukan dan meningkatkan kualitas data yang diperoleh.

2. Populasi

Sugiono (2018, p. 130) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup keseluruhan subjek atau objek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, serta dari mana kesimpulan akan diambil. Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan fokus adalah para pelanggan yang terdaftar pada CV Laduny Aliftama. Jumlah pelanggan terdaftar tersebut mencapai 1000 orang. Para pelanggan ini telah tercatat memiliki hubungan transaksi atau kerja sama dengan CV Laduny Aliftama dalam rentang waktu antara tahun 2018 hingga tahun 2024.

Dengan kata lain, penelitian ini mengarahkan perhatian pada pelanggan yang menunjukkan keterlibatan aktif dengan CV Laduny Aliftama selama periode yang telah ditentukan. Populasi ini dipilih karena dianggap memiliki informasi yang relevan dan memadai untuk mencapai tujuan penelitian. Analisis akan dilakukan terhadap karakteristik dan pola perilaku dari populasi pelanggan ini untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam mengenai subjek yang sedang diteliti.

Untuk lebih memperjelas, populasi tidak hanya merujuk pada sejumlah orang atau subjek tertentu, tetapi juga pada kriteria spesifik yang menjadikan kelompok tersebut layak untuk dijadikan sumber data. Dalam konteks ini, kuantitas pelanggan yang mencapai angka 1000 tersebut dipilih berdasarkan adanya interaksi dalam bentuk transaksi atau kerja sama dengan CV Laduny Aliftama selama periode enam tahun. Hal ini memberikan kerangka yang jelas bagi peneliti dalam menentukan batasan dan fokus kajian penelitian yang sedang dilakukan.

3. sampel

Menurut Sugiono (2018: 81), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi sangat besar dan peneliti mengalami ketidakmungkinan untuk mempelajari keseluruhan anggota populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penggunaan sampel sangat dianjurkan. Sampel ini diambil dari populasi yang lebih besar dan berfungsi sebagai representasi dari keseluruhan populasi. Sampel, sebagai bagian dari populasi yang lebih besar, memberikan gambaran yang akurat mengenai populasi tersebut.

Dalam penelitian, terutama jika subjek penelitian jumlahnya kurang dari 100, lebih baik mengambil seluruh populasi tersebut sebagai subjek penelitian

sehingga penyelidikan tersebut menjadi sebuah penelitian populasi. Namun, apabila jumlah subjek penelitian sangat besar, peneliti dapat mengambil contoh antara 10-15% atau 20-30% dari populasi, atau bahkan lebih sesuai dengan kebutuhan dan kondisi penelitian. Hal ini dijelaskan oleh Arikunto (2019, p. 104) yang memberikan panduan mengenai proporsi sampel yang sebaiknya diambil dalam berbagai kondisi penelitian. Dengan menerapkan proporsi sampel yang tepat, peneliti dapat memastikan hasil penelitian yang akurat dan terpercaya tanpa harus mengorbankan terlalu banyak sumber daya seperti waktu, tenaga, dan dana.

Dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 1.000 orang. Peneliti menggunakan teknik *simple Purposive sampling* karena yang menjadi populasi dalam penelitian ini bersifat heterogen. Pada purposive sampling, sampel dipilih berdasarkan tujuan tertentu atau karakteristik yang dianggap relevan oleh peneliti. Sifat populasi pada purposive sampling dapat menjadi heterogen, di mana peneliti secara sengaja memilih sampel yang mewakili variasi atau karakteristik tertentu dalam populasi. Dengan menggunakan tingkat presisi sebesar 10%, agar sampel yang diperoleh *representative* atau mewakili jumlah populasi, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = tingkat kepercayaan (10%)

Dengan menggunakan rumus tersebut diperoleh:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{1000}{1 + 1000(0,1)^2} = \frac{1000}{11} = 90,9 \text{ (dibulatkan menjadi 91)}$$

Dari hasil perhitungan didapatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 91 responden.

C. Analisis dan Interpretasi Data

Dalam bab ini, penelitian akan menganalisis data yang dikumpulkan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan psychological capital terhadap loyalitas pelanggan pada CV Laduny Alifatama.

Analisis akan dilakukan secara terperinci untuk menjawab rumusan masalah yang telah diajukan

1. Analisis Data Kepuasan Pelanggan.

Data kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan metode survei yang melibatkan responden dari berbagai segmen pelanggan CV Laduny Alifatama. Survei dilakukan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Hasil survei kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik yang tepat untuk mengukur seberapa puas pelanggan terhadap produk dan layanan.

2. Analisis Data Kualitas Pelayanan.

Data kualitas pelayanan dikumpulkan dengan cara melakukan observasi terhadap interaksi antara pelanggan dan karyawan CV Laduny Alifatama, serta mengumpulkan umpan balik dari pelanggan mengenai pengalaman mereka dalam bertransaksi dengan perusahaan. Data ini kemudian dianalisis untuk menilai sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan.

3. Analisis Data Psychological Capital

Data psychological capital atau modal psikologi dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk menilai faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti kepercayaan, optimisme, ketahanan diri, dan harapan. Responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan aspek-aspek psikologis tersebut. Data kemudian dianalisis untuk menentukan seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan

4. Interpretasi Data dan Temuan

Setelah semua data dianalisis, penelitian akan menginterpretasikan hasil-hasilnya untuk menjawab rumusan masalah yang telah diajukan. Temuan dari analisis data akan digunakan untuk menyimpulkan apakah kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan psychological capital memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada CV Laduny Alifatama.

5. Rekomendasi dan Implikasi

Berdasarkan temuan-temuan dari analisis data, penelitian akan memberikan rekomendasi-rekomendasi yang dapat membantu CV Laduny Alifatama meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan

psychological capital guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Implikasi dari hasil penelitian juga akan dibahas untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi perilaku pelanggan

Dengan demikian, bab ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada CV Laduny Alifatama dan memberikan panduan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merujuk pada setiap hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti dengan tujuan memperoleh informasi dan menarik kesimpulan mengenai hal tersebut, sesuai dengan pernyataan Sugiono (2018). Dalam konteks penelitian, terdapat dua jenis variabel utama yang biasa digunakan, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat atau *dependent variable* merupakan variabel yang dipengaruhi atau tergantung pada variabel lainnya. Kinerjanya atau nilai yang dimiliki oleh variabel terikat ini akan berubah atau bereaksi sebagai respons terhadap perubahan pada variabel lainnya. Sebaliknya, variabel bebas atau *independent variable* adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian. Variabel ini berdiri sendiri dan kinerjanya tidak tergantung pada variasi variabel lainnya.

Menurut (Sugiono, 2018), definisi operasional variabel adalah atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan tertentu yang memiliki variasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lebih lanjut. Variasi ini diberi perhatian khusus oleh peneliti karena akan menjadi dasar penarikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini, setiap variabel ditentukan dengan spesifik agar penelitian dapat berjalan terarah dan menghasilkan kesimpulan yang valid dan reliabel. Penelitian dalam tesis ini berjudul **Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan *Psychological Capital* terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Laduny Alifatama**. Mengangkat tiga variabel independen dan satu variabel dependen, adapun variabel beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (X_1) (Kotler & Keller, 2016)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan – harapannya.	Kualitas Produk/Layanan Kualitas Pelayanan Harga Produk/Layanan Strategi Marketing <i>Customer Experience</i> Emosi Aksesibilitas Produk/Layanan (Tjiptono & Chandra, 2016)	Likert
2	Kualitas Pelayanan (X_2) (Kotler & Keller, 2016, p. 143)	Kualitas pelayanan adalah usaha yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.	<i>Tangibel</i> <i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Emphaty</i> <i>Assurance</i> (Mukarom et al., 2018)	Likert
3	<i>Psychological Capital</i> (X_3) (Da et al., 2021)	<i>Psychological capital</i> ini adalah sebuah kumpulan sumber daya psikologis individu yang bisa dipakai untuk kemajuan dan kesuksesan seseorang dalam berkarier.	Harapan Optimisme Efikasi Diri (Luthan, 2007)	Likert
4	Loyalitas Pelanggan (Y) (Kotler & Keller, 2016, p. 138)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih	Melakukan Pembelian Ulang Merekomendasikan Kepada Pihak Lain Tidak Berniat untuk Pindah Membicarakan Hal-Hal Positif (Kotler & Keller, 2016)	Likert

Untuk pengukuran pertanyaan pada masing-masing indikator setiap variabel dengan skala yaitu dengan skala likert: 5 = Sangat Setuju (SS); 4 = Setuju (S); 3 = Netral (N); 2 = Tidak Setuju (TS), 1 = Sangat Tidak Setuju (STS).

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam suatu penelitian yang menggunakan suatu alat tertentu. Menurut Sugiono (2018, p. 137) Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah berbentuk kuesioner/angket. Pengumpulan data melalui kuesioner dengan menggunakan *google form* yang akan disebar ke masing-masing responden yang telah dipilih sesuai kriteria sebelumnya. Kuesioner yang disusun terdiri dari berbagai pertanyaan tertutup yang disusun dengan cara yang terstruktur dan mengacu pada variabel penelitian. Penyusunan pertanyaan ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi atau data yang akan digunakan dalam analisis masalah. Adapun bagian-bagian yang terdapat dalam kuesioner yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Bagian pertama dari kuesioner ini berisi pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai profil responden. Pertanyaan-pertanyaan di bagian ini mungkin mencakup data demografis seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, dan informasi pribadi lainnya yang relevan dengan penelitian;
- b. Bagian kedua dari kuesioner mencakup serangkaian pertanyaan yang merepresentasikan variabel-variabel independen dan dependen yang diteliti. Variabel-variabel independen dalam penelitian ini meliputi kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan modal psikologis (*psychological capital*). Sedangkan variabel dependen yang menjadi fokus adalah loyalitas pelanggan. Pertanyaan-pertanyaan di bagian kedua ini dirancang untuk mengukur sejauh mana variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap satu sama lain.
- c. Bagian ketiga dari kuesioner berisi wawancara terbuka yang bersifat singkat dan terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan saran, masukan, dan tanggapan dari responden mengenai hambatan atau masalah yang dihadapi serta hal-hal lain yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Bagian ini memberikan responden kesempatan untuk memberikan

umpan balik yang lebih mendalam dan komprehensif. Informasi yang diperoleh dari bagian ini diharapkan dapat digunakan sebagai saran atau masukan yang berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan memahami dan menanggapi saran dan masukan dari pelanggan, perusahaan dapat mengevaluasi dan memperbaiki strategi layanan mereka, guna memastikan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang lebih baik di masa mendatang.

Secara keseluruhan, kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan data yang berguna dalam menganalisis masalah penelitian dan mengembangkan strategi yang lebih efektif.

F. Instrumen Penelitian

Untuk mencapai hasil penelitian yang optimal dan memuaskan, seorang peneliti menyusun dengan cermat rancangan kisi-kisi instrumen penelitian. Tujuan utama dari pembuatan kisi-kisi ini adalah untuk menggambarkan dan menunjukkan secara jelas keterkaitan antara variabel-variabel yang sedang diteliti dengan sumber data atau teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian tersebut. Dalam konteks penelitian ini, setiap variabel yang telah diidentifikasi akan diberikan penjelasan yang mendetail. Setelah penjelasan tentang variabel diberikan, langkah selanjutnya adalah menentukan indikator-indikator yang relevan dan akan diukur. Proses ini akan dilanjutkan hingga indikator-indikator tersebut diubah menjadi item-item pernyataan yang spesifik dan konkrit.

Berikut adalah kisi-kisi kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Kuesioner

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (X_1)	Kualitas Produk	1-2	Likert
		Harga Produk	3-5	
		Strategi Marketing	6-7	
		<i>Customer Experience</i>	8-9	
		Emosi	10	
		Aksesibilitas Produk	11-12	
		<i>Tangibel</i>	13-14	

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
2	Kualitas Pelayanan (X ₂)	<i>Reliability</i>	15-16	Likert
		<i>Responsiveness</i>	17-18	
		<i>Emphaty</i>	19-20	
		<i>Assurance</i>	21-22	
		Harapan	23-26	
3	<i>Psychological Capital</i> (X ₃)	Optimisme	27-28	Likert
		Efikasi Diri	29-31	
		Melakukan Pembelian Ulang	32-34	
4	Loyalitas Pelanggan (Y)	Merekomendasikan Kepada Pihak Lain	35-36	Likert
		Tidak Berniat untuk Pindah	37-38	
		Membicarakan Hal-Hal Positif	39-40	

Sebelum kuesioner benar-benar diaplikasikan untuk penelitian yang sesungguhnya, penting bagi peneliti untuk melakukan pengujian awal terhadap instrumen tersebut. Pengujian ini, yang sering disebut sebagai uji instrumen, bertujuan untuk mengevaluasi dan memastikan validitas serta reliabilitas instrumen tersebut. Dalam proses uji coba ini, peneliti dapat mengidentifikasi seberapa layak dan efektif instrumen tersebut dalam mengumpulkan data dari responden. Bila hasil uji coba menunjukkan bahwa instrumen tersebut valid dan reliabel, maka instrumen tersebut dianggap layak untuk digunakan dalam penelitian utama. Sebaliknya, bila terdapat kekurangan atau kelemahan dalam instrumen, maka revisi atau penyesuaian perlu dilakukan sebelum dilakukan pengumpulan data secara keseluruhan. Validitas instrumen menentukan apakah instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur, sedangkan reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil yang diperoleh dengan menggunakan instrumen tersebut. Oleh sebab itu, kualitas instrumen yang digunakan akan sangat mempengaruhi kredibilitas dan akurasi hasil penelitian. Penggunaan instrumen yang baik dan tepat akan membantu memastikan bahwa data yang dikumpulkan adalah valid dan dapat diandalkan, sehingga kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian tersebut juga lebih akurat dan bermakna.

G. Teknik Analisis Data

Data yang telah berhasil dikumpulkan terlebih dahulu dilakukan proses klasifikasi untuk mengelompokkan informasi dengan tepat. Setelah itu, data tersebut digunakan dalam langkah-langkah lanjutan yang mengarah pada pembentukan kesimpulan. Proses analisis data ini mencakup berbagai aktivitas, termasuk penyederhanaan data dan interpretasi mendalam terhadap data tersebut. Tahap-tahap ini dilaksanakan bukan hanya setelah data dikumpulkan, tetapi juga dilakukan secara berkelanjutan mulai dari sebelum pengumpulan data dimulai, selama proses pengumpulan itu sendiri, dan setelah data sudah terkumpul. Dengan demikian, analisis data menjadi proses berkesinambungan yang memastikan data dapat memberikan wawasan yang akurat dan relevan untuk mencapai kesimpulan yang diinginkan.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas merupakan ketepatan dan kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang memang ingin diukur. Dalam konteks ini, dilakukan pengujian validitas item untuk memastikan validitas tersebut. Validitas item ditunjukkan melalui adanya korelasi antara skor item individu dengan skor total dari semua item dalam instrumen tersebut. Penghitungan ini menghasilkan koefisien korelasi yang kemudian digunakan untuk menilai tingkat validitas item dan menentukan apakah item tersebut layak untuk digunakan atau tidak.

Untuk menentukan kelayakan suatu item yang akan digunakan dalam instrumen, dilakukan uji signifikansi pada tingkat 0,05. Artinya, suatu item dianggap valid jika korelasinya signifikan terhadap skor total pada tingkat signifikansi 5%. Sebuah instrumen dikatakan valid atau sah jika memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen dikatakan tidak valid jika validitasnya rendah. Kevalidan suatu item dalam instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi product moment Pearson dengan nilai signifikansi 5% yang kritis, yang berarti membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel

Para ahli memberikan berbagai pandangan mengenai batas penerimaan harga daya beda item (discriminative power). Namun demikian, secara umum, digunakan batas 0,05 sebagai patokan. Jika hasil korelasi suatu item lebih besar daripada nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%, atau lebih besar dari 0,05, maka item tersebut dapat dikatakan valid.

Dengan demikian, butir pernyataan yang ada dalam angket penelitian dianggap valid jika memenuhi kriteria ini. Jadi, ujian validitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur dan bahwa setiap item dalam instrumen tersebut memberikan kontribusi yang berarti terhadap pengukuran total. Jika item tersebut tidak memenuhi kriteria validitas, maka item tersebut sebaiknya direvisi atau dihapus agar instrumen keseluruhan dapat memberikan hasil yang lebih akurat dan sah.

Rumus *Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \left\{ \frac{\sum x}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum y}{N} \right\}}{\sqrt{\left\{ \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N} \right\}}}$$

Dimana:

r_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y

$r_{xy} N$: Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada pengertian bahwa suatu instrumen memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi untuk diandalkan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut telah terkategori baik. Konsep reliabilitas dalam konteks alat ukur sangat erat kaitannya dengan isu kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran ini menggambarkan sejauh mana hasil-hasil pengukuran tidak konsisten atau bervariasi ketika pengukuran dilakukan kembali pada kelompok subyek yang sama.

Dalam konteks ini, reliabilitas berfungsi sebagai indikator keajegan suatu instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur, tanpa terpengaruh oleh variasi yang tidak diinginkan. Misalnya, apabila kita mengukur tinggi badan seseorang dengan alat ukur yang sama berkali-kali, hasil pengukurannya seharusnya tidak banyak berbeda. Jika ternyata hasil

pengukurannya mengalami fluktuasi yang signifikan, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut memiliki reliabilitas yang rendah.

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan bantuan program perangkat lunak statistik, yaitu SPSS versi 25. Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item I

S_x = jumlah varians skor total

Indikator pengukuran reliabilitas yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

Jika alpha atau r hitung:

Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Reliabilitas

Skala Reliabel	Keterangan
0,8-1,0	Reliabilitas baik
0,6-0,799	Reliabilitas diterima
< 0,6	Reliabilitas kurang baik

Uma sekaran dan roger bougie (2018, p. 137)

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum memulai analisis regresi, penting untuk melakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu. Tujuannya adalah memastikan bahwa data sampel benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan, sehingga hasil analisis menjadi wakil yang akurat dari kondisi yang ada di populasi. Pengujian ini mencakup beberapa tahap, di antaranya:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak. Pengujian ini sangat penting karena asumsi normalitas adalah salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi. Jika data tidak terdistribusi secara normal, hasil analisis bisa jadi tidak valid. Untuk penelitian ini, metode Kolmogorov-Smirnov sangat direkomendasikan sebagai metode yang layak digunakan.

- 1) Jika hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikan lebih besar dari 0.05, maka data residual dianggap terdistribusi secara normal.
- 2) Jika hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikan kurang dari 0.05, maka data residual dianggap tidak terdistribusi secara normal.

b. Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah varians variabel bebas dan variabel terikat homogen atau tidak. Homogenitas varians adalah kondisi di mana semua kelompok data memiliki varians yang sama. Dalam penelitian ini, uji homogenitas dilakukan dengan persyaratan bahwa nilai signifikan (sig.) harus lebih besar dari 0.05. Jika persyaratan ini terpenuhi, maka varians antara variabel-variabel tersebut dianggap homogen. Homogenitas sangat penting dalam analisis regresi karena mempengaruhi tingkat kepercayaan dan validitas hasil analisis.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas dilaksanakan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Dalam proses uji ini, ada persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu nilai pada kolom deviation from linearity harus lebih besar dari 0,05. Jika persyaratan ini terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel-variabel tersebut.

d. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiono (2018, halaman 34), uji regresi linear sederhana adalah teknik pengujian yang diterapkan pada data yang terdiri dari dua variabel, yaitu satu variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, dimana pengaruh tersebut bersifat kausal.

Dalam penelitian ini, hipotesis diuji menggunakan analisis regresi berganda. Metode analisis ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25. Uji analisis regresi berganda memiliki tujuan utama untuk menguji keberadaan pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Pengaruh tersebut dapat diukur melalui beberapa uji statistik, antara lain uji statistik F, koefisien determinasi (R^2), dan uji statistik t.

Dalam konteks penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Psychological Capital. Sedangkan variabel dependen yang diukur adalah Loyalitas Pelanggan. Analisis regresi berganda memungkinkan peneliti untuk menentukan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen tersebut. Hasil dari uji statistik F menunjukkan apakah model regresi yang digunakan signifikan secara keseluruhan. Koefisien determinasi (R^2) memberikan informasi mengenai seberapa besar variasi pada variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Sementara uji statistik t membantu menentukan pengaruh individual dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen, dengan melihat tingkat signifikansinya. Persamaan dari regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b = koefisien regresi

X_1 = Kepuasan Pelanggan

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = *Psychological Capital*

e = *error*

3. Uji Hipotesis

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menentukan apakah terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Proses ini melibatkan dua jenis uji yang berbeda, yaitu Uji t dan Uji F.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, yaitu satu per satu. Penelitian yang melibatkan satu atau lebih variabel independen dapat menggunakan uji t untuk mengecek efek signifikan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai thitung (hasil perhitungan statistik) dengan nilai ttabel (nilai kritis dari tabel distribusi t). Hasil dari uji t dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, ini menunjukkan bahwa variabel independen yang diuji memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel independen yang diuji tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model penelitian memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan. Artinya, uji ini mengecek apakah semua variabel independen bekerja secara kolektif mempengaruhi variabel dependen.

Jika hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian tersebut dapat dipercaya dan relevan (fit). Jadi, uji F membantu dalam mengevaluasi keberhasilan model regresi yang dipilih dalam penelitian serta memastikan bahwa model tersebut sesuai untuk meramalkan hubungan antara variabel independen dan dependen.

Untuk menguji hipotesis ini, digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi lebih dari 5%, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Ini berarti bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh bersama terhadap variabel dependen. Jadi, pengaruh kolektif dari variabel independen dianggap tidak signifikan.
- 2) Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh bersama terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, ada dampak yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara kolektif.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah alat yang digunakan untuk mengetahui persentase kesesuaian atau kecocokan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Koefisien ini menilai seberapa baik model regresi menjelaskan variabilitas dari data yang ada. Nilai koefisien determinasi ini berkisar antara nol dan

satu. Semakin mendekati satu, semakin baik model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R²* negatif, maka nilai *adjusted R²* dianggap bernilai nol.

- 1) Jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted R²* = $R^2 = 1$,
- 2) Jika nilai $R^2 = 0$ maka *adjusted R²* = $(1-k)/(n-k)$. jika $k > 1$, maka *adjusted R²* akan bernilai positif.

Melalui pendekatan ini, kita bisa mendapatkan gambaran yang jelas tentang sejauh mana variabel independen secara kolektif mempengaruhi variabel dependen, serta seberapa baik model regresi yang dipakai dalam penelitian menjelaskan hubungan tersebut.