

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan penelitian eksplanasi (*explanatory research*). Penelitian eksplanasi (*explanatory research*), menurut Singarimbun dan Effendi, (2012), adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini dilakukan pada Pelanggan di Coffe Culture. Sampel dalam penelitian ini Pelanggan di Coffe Culture. Metode pengumpulan data adalah dengan penyebaran angket yang berisi pernyataan-pernyataan yang tiap itemnya berisi indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Skala pengukuran yang digunakan menggunakan skala *Likert*. Setelah angket disebar kemudian akan diambil kembali untuk diolah dan diuji dengan teknik analisis data yang menggunakan *software* SPSS. Setelah semua pengujian dilakukan maka akan diambil kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dan menjawab dari hipotesis awal apakah diterima atau ditolak.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukannya semua kegiatan penelitian. Penelitian ini mengambil lokasi pada kedai Coffe Culture yang bertempat di JL. Sriwijaya No.13, Kaliwungu Kec. Jombang,

Kab Jomban. Objek penelitian ini adalah *experiential marketing*, Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3.3 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

1.3.1. Populasi

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti. Menurut Widayat (2004), populasi merupakan seluruh kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan dan generalisasi. Populasi dalam penelitian ini pada pelanggan atau konsumen yang membeli produk serta menikmati fasilitas lebih dari satu kali di “Kedai *Coffe Culture*” Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

1.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Menurut Supranto (2001) jika jumlah populasi belum diketahui maka perlu diestimasi proporsi sampel.

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z_{\alpha/2}}{0,1} \right]^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diketahui.

Z = Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean.

E = Kesalahan maksimal yang mungkin dialami.

α = Tingkat kesalahan data yang mungkin dialami.

Bila tingkat kepercayaan 95% artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% ($\alpha = 5\%$) serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel minimum adalah:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{0,05/2}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [1,96]^2$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96 \text{ responden}$$

Jumlah sampel dari perhitungan diatas jika dibulatkan adalah 96 responden. Adapun jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden pelanggan dari *kedai coffe culture* yang sudah melakukan pembelian lebih dari 2 kali.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Non-Probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dalam penelitian ini

menggunakan jenis teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian yang dapat dijadikan responden adalah pelanggan yang melakukan pembelian pada dari *kedai coffe culture* sebanyak 2 kali atau lebih selama satu bulan.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2009), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berkaitan dengan penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari :

1. Variabel Independen

Variabel *independen* sering disebut variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Experiential marketing (X1)*, kepuasan pelanggan (X2)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria,

konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas pelanggan (Y).

3.4.1 Definisi Operasional Variabel

Sugioyono (2012), definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran dengan cara lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik.

1. *Experiential Marketing*(X1)

Mengacu pada konsep yang dikemukakan Schmitt (2005) bahwa ada lima karakteristik yang menyentuh emosi pelanggan dalam mengkonsumsi suatu produk, yang selanjutnya akan dikembangkan menjadi dimensi experiential marketing, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. *Sense* adalah aspek berwujud yang dapat dirasakan oleh panca indera.
- b. *Feel* adalah perasaan yang paling dalam dari pelanggan.
- c. *Think* adalah aspek kognitif pelanggan terhadap suatu produk.

- d. *Act* adalah kebiasaan atau perilaku yang diberikan kepada pelanggan
- e. *Relate* adalah hubungan dengan pelanggan

2. Kepuasan Pelanggan (X₂)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan harapan dan kinerja. Adapun indikator yang digunakan sebagai tolok ukur dalam penelitian ini. Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2001:101). Kemudian akan dikembangkan indikator daya tarik produk yaitu sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan adalah harapan pelanggan yang sesuai dengan apa yang diterima.
2. Persepsi Kinerja adalah persepsi pelanggan terhadap kinerja suatu produk/ jasa.
3. Penilaian pelanggan adalah penilaian pelanggan secara keseluruhan akan produk atau jasa

3. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut Lupiyoadi (2001:161). Kotler dan Keller (2006:57) indikator loyalitas pelanggan adalah:

1. *Repeat Purchase* (Kesetiaan dalam pembelian produk).
2. *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan).
3. *Referalls* (Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan)

3.5 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Kuantitatif.

Data Kuantitatif adalah data informasi yang berupa simbol angka atau bilangan. Berdasarkan simbol-simbol angka tersebut, perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter. Nilai data bisa berubah-ubah atau bersifat variatif. Proses pengumpulan data kuantitatif tidak membutuhkan banyak waktu dan sangat mudah dilakukan.

2. Sumber Data

Menurut Widayat (2004) data adalah sejumlah informasi-informasi mengenai karakteristik dari suatu objek (orang atau benda) untuk keperluan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Menurut Hariwijaya dan Triton (2011) data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama baik dari individu

seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner. Data primer dari penelitian ini berasal dari kuesioner yang diisi oleh responden (pelanggan yang pernah berkunjung ke kedai *culture coffe*).

b. Data Sekunder

Menurut Hariwijaya dan Triton (2011) data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan telah disajikan oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel-tabel ataupun dalam bentuk diagram-diagram. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari pihak manajemen Kedai Coffe Culture mencakup penjualan bulan Oktober, November, Desember, Januari, Februari, Maret Tahun 2019-2020

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah proses antara pewawancara (interviewer) dengan yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung atau dapat juga diaktakan sebagai proses percakapan tatap muka (*face to face*) antara *interviewer* dengan *interviewee* dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu

aspek yang dinilai dan telah dirancang sebelumnya (Yusuf, 2005). Proses wawancara yang dilakukan peneliti guna mengetahui jumlah pelanggan dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penelitian dimana tabel untuk jauh pelanggan yang loyal ini digunakan untuk memperkuat latar belakang penelitian.

2. Kuesioner

Pengertian metode angket menurut Arikunto (2006) “Angket adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang dia ketahui”. Sedangkan menurut Sugiyono (2008) “Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket langsung yang tertutup karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar

3.7 Uji Instrumen

3.7.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diketahui sampai sejauh mana kuesioner dapat menjadi alat pengukur yang valid dan

reliable dalam mengukur suatu gejala yang ada. Metode yang digunakan untuk menguji validitas pada penelitian ini adalah *Pearson Correlation* menggunakan program *IBM SPSS Statistic 22 for windows software*.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2008) Uji Validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi atau content dari suatu instrument, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan loyalitas konsumen pada Kedai Coffe Culture.

Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Jika dilihat dalam nilai-nilai *r product moment*. Jika $> 0,3$ maka item tersebut dinyatakan valid, dan jika $r < 0,3$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden.

Tabel 3.1 Hasil Pengujian Validitas

No item	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	<i>Experiential Marketing (X₁)</i>	0,460	0,3	valid
2		0,488	0,3	valid
3		0,753	0,3	valid
4		0,542	0,3	valid
5		0,598	0,3	valid
6		0,510	0,3	valid
7		0,521	0,3	valid
1	<i>Kepuasan Pelanggan (X₂)</i>	0,843	0,3	valid
2		0,869	0,3	valid
3		0,652	0,3	valid
1	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,684	0,3	valid
2		0,853	0,3	valid
3		0,744	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 3.1 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung $> 0,3$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik kuantitatif, suatu data dikatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbedamenghasilkan data yang

sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Reliabilitas juga menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu alat ukur cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena alat tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini digunakan teknik reliabilitas internal dengan rumus koefisien alpha.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2005).

Indikator pengukuran reliabilitas menurut Sekaran (2006) yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut, jika alpha atau r hitung :

- A. 0,8-1,0 = Reliabilitas baik
- B. 0,6-0,799 = Reliabilitas diterima secara moderat
- C. Kurang dari 0,6 = Reliabilitas kurang baik.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien α	Keterangan
<i>Experiential Marketing</i> (X1)	0,620	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X2)	0,688	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,639	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

3.8 Uji Asumsi klasik

Untuk data penelitian khususnya pada penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif diperlukan uji statistik uji asumsi klasik yang dimana uji tersebut akan menguji kecocokan sebuah data yang digunakan untuk di uji secara regresi ataupun secara analisis jalur. Namun di dalam analisis berganda sangat diperlukan uji asumsi klasik dengan maksud apakah data penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat BLUE (*Best, linear, unbiased, estimated*) Pada umumnya uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji auto korelasi. Pada buku ini tidak membahas secara teori karena teori mengenai uji asumsi klasik bisa didapatkan melalui buku buku metodologi penelitian kuantitatif ataupun yang mengiakan metode amis yang menggabungkan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas didapat dari grafik *normal probability plot*. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas (Ghozali, 2007:112):

1. Jika data menyebar disepengusahar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagoanal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mendeteksi apakah terjadi korelasi antara residu pada periode saat ini (t) dengan residu pada periode satu periode sebelumnya ($t-1$). Untuk memenuhi kriteria BLUE, model regresi harus terbebas dari gejala autokorelasi. Khususnya masalah autokorelasi cenderung terjadi pada penelitian dengan menggunakan data

time series, sementara itu sangat jarang terjadi pada penelitian dengan menggunakan data *cross section*. Algifari (2000) mengungkapkan bahwa untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat menggunakan uji statistik yaitu uji Durbin-Watson dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila $dw < dl$, maka terjadi autokorelasi negatif
2. Apabila $dl < dw < du$, maka tidak dapat disimpulkan
3. Apabila $du < dw < 4-du$, maka tidak terjadi autokorelasi negatif dan positif
4. Apabila $4-du > dw > 4-dl$, maka tidak dapat disimpulkan
5. Apabila $4-dl < dw$, maka terjadi autokorelasi positif

3.9.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik harus memiliki *variance* yang sama (homoskedastisitas). Gejala heteroskedastisitas sering terjadi pada penelitian yang menggunakan data *cross section* dan sangat jarang terjadi pada penelitian yang menggunakan data *time series*. Untuk menguji terjadi atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya dengan dasar keputusan sebagai berikut:

- Jika pada grafik *scatter plot* terlihat titik-titik yang membentuk pola tertentu, yang teratur (misal bergelombang,

melebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan telah terjadi masalah Heteroskedastisitas.

- Jika pada grafif *scatter plot*, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang teratur (misal bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (*variance* sama/Homoskedastisitas).

3.9.4 Uji multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel independent pada model regresi saling berkorelasi. Untuk memenuhi kriteria BLUE, tidak boleh terdapat korelasi antara setiap variabel independent pada model regresi. Apabila terjadi korelasi antara variabel independent, maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak ortogonal. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor (VIF)* dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

- Apabila *tolerance value* > 0.1 dan *VIF* < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independent pada model regresi.
- Apabila *tolerance value* < 0.1 dan *VIF* > 10 , maka dapat disimpulkan terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independent pada model regresi.

3.9 Teknik Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan Teknik analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

3.10.1. Analisis Deskriptif

Dalam melakukan analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2011), analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan kuesioner, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

Rentang skor = skor tertinggi – skor terendah

Jumlah kategori

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

$$\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\ = \frac{5 - 1}{5} \\ = 0,8$$

Sehingga interpretasi range sebagai berikut:

Tabel 3.2 Interpretasi Skor

Range	Keterangan
1,0 – 1,8	Sangat rendah
1,9 – 2,6	Rendah
2,7 – 3,4	Netral / Cukup
3,5 – 4,2	Baik / Tinggi
4,3 – 5,0	Sangat baik / Sangat Tinggi

Sumber: Sudjana (2005)

Untuk melihat deskriptif penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

3.10.2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan uji hipotesis melalui uji-t untuk menentukan ketepatan model maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu: uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. (Ghozali 2013).

a. Analisis Grafik

Tingkat normalitas dapat diketahui melalui grafik histogram, namun akan lebih mudah dengan cara melihat *normal probability plot* dengan perbandingan antara distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Pengambilan keputusan ini diambil sesuai dengan dasar berikut:

- 1) Apabila diketahui data yang dihasilkan menyebar pada sekitar daerah diagonal dan mengikuti garis lurus diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pada model distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar jauh pada sekitar area diagonal ada pola yang tidak jelas pada arah garis diagonal dan grafik histogram juga tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Statistik

Untuk pengujian statistik yang dapat digunakan dalam uji statistic adalah non-parametrik Kosmolgorov-Smirnov (K-S). Data dari setiap variabel berdistribusi normal apabila memiliki nilai yang signifikan atau lebih dari 0.05.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas antar variabel independen digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Batas dari *tolerance value* adalah 0,1 dan batas *VIF* adalah 0,10. Apabila *tolerance value* > 0.1 dan nilai *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Untuk menentukan heterokedastisitas dapat menggunakan grafik scatterplot, titik-titik harus menyebar secara acak, tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, bila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heterokedastisitas dan model regresi layak digunakan.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang terdekat datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan

nilai DW (Dubrin Watson) dengan kreteria pengambilan jika $D - W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali 2012)

3.10.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali 2009: 53). Adapun formula untuk metode Analisis Regresi Berganda menurut Rangkuti (2011: 64) adalah sebagai berikut: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

Dimana:

Y = Loyalitas Konsumen

X_1 = *Eksperiental Marketing*

X_2 = Kepuasan

α = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi setiap variabel

e = error

3.10.4. Uji Hipotesis

1. Uji t Statistik

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial antar masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya

secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya.

- a) Jika $t(\text{hitung}) > t(\text{tabel})$, maka hipotesis diterima, dan jika $t(\text{hitung}) < t(\text{tabel})$ maka hipotesis ditolak.
- b) Jika $\text{sig} < \alpha (0,05)$, maka hipotesis diterima dan jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$ maka hipotesis ditolak.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Ghozali, 2010)