

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi dan metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode asosiatif. Adapun pengertian metode asosiatif menurut Sugiyono (2003:11), penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana dalam penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1), kepuasan pelanggan (X_2), dan kepercayaan (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dengan mengedarkan kuesioner (Sugiyono, 2015:11)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Sugiyono (2015), populasi dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu populasi sampling atau populasi penelitian dan populasi sasaran atau target populasi. Dimana populasi sasaran mempunyai ukuran lebih besar daripada ukuran populasi sampling. Populasi sampling adalah unit analisis yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan oleh suatu studi atau penelitian. Sedangkan populasi sasaran adalah seluruh unit analisis yang berada dalam wilayah penelitian. Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT Global Penta Logistik, sedangkan populasi sasaran adalah pelanggan PT Global Penta Logistik yang sering melakukan transaksi selama tahun 2015 sampai 2019. Berdasarkan jumlah data populasi pelanggan yang tercatat selama 4 tahun, mulai tahun 2015 sampai tahun 2019 tercatat ada 600 pelanggan yang sering menggunakan jasa dari PT Global Penta Logistik.

3.2.2 Sampel Penelitian

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, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dalam populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2009). Sampel biasanya harus menggambarkan secara tepat tentang keadaan sebenarnya yang ada dalam keseluruhan populasi tersebut. Sehingga jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin menurut (Sugiyono, 2011) untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Dimana :

n : Ukuran sampel/jumlah responden

N : Ukuran populasi

E : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir ; e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 600 pelanggan, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{600}{1+600.10\%^2}$$

n = 85,714 , disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.2.1 Data

Dalam suatu penelitian, data merupakan alat pembuktian suatu hipotesis serta pencapaian akhir suatu tujuan penelitian, sehingga suatu penelitian harus mengetahui jenis data yang digunakan, cara pengumpulan data, cara mengidentifikasi data, serta cara mengolah data yang digunakan.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan olah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Sugiyono, 2015:187). Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu persepsi responden berkaitan dengan variabel penelitian. Sedangkan metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Suryani dan Hendriadi (2015:171) menyatakan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data Sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia (Azwar, 2004). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data mengenai perusahaan, yaitu berupa profil PT Global Penta Logistik dan data dari perusahaan. Metode pengumpulan data sekunder yang digunakan adalah metode dokumentasi.

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011:137), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting-nya*, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*)/*survey* atau lain-lain. Bila dilihat dari sumber data, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan gabungan ketiganya. Sedangkan menurut Sutopo (1988), teknik pengumpulan data dikelompokkan kedalam dua cara pokok yaitu metode interaktif yang meliputi observasi dan wawancara dan yang non interaktif yang meliputi dokumentasi. Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan

penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan indikator, tujuannya agar pertanyaan dalam kuesioner tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Pada penelitian ini menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah disediakan jawaban sangat memuaskan, memuaskan, tidak memuaskan, dan sangat tidak memuaskan.

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berasal dari kuesioner dengan pengukuran data ordinal. Pengukuran data ordinal (*ordinal scale*) akan menunjukkan data sesuai dengan sebuah orde atau urutan tertentu (Ferdinand, 2015:261). Sedangkan tipe skala ordinal yang digunakan yaitu *sematic scale* yaitu *respons* terhadap sebuah stimuli yang disajikan dalam bentuk kategori sematik, yang menyatakan sebuah tingkatan sifat atau keterangan tertentu.

Untuk mengetahui serta menilai sikap dan persepsi responden tentang kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala *Likert*

| No. | Alternatif Jawaban | Bobot Nilai |
|-----|------------------------------|-------------|
| 1 | Sangat Memuaskan (SM) | 4 |
| 2 | Memuaskan (M) | 3 |
| 3 | Tidak Memuaskan (TM) | 2 |
| 4 | Sangat Tidak Memuaskan (STM) | 1 |

Sumber: Sugiyono (2015)

Instrumen penelitian ini diukur dengan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Variabel yang diukur, dijabarkan ke

dalam beberapa indikator, dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner.

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut (Siregar, 2013). Penelitian melakukan pengamatan dengan menggunakan indera pengelihatan tidak dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan data mengenai keadaan fisik obyek yang mencakup fasilitas yang ada di kawasan perusahaan.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mengkaji, serta mempelajari buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi, dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2011:291), terdapat tiga kriteria yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian, yaitu relevansi, kemutakhiran, dan keaslian. Relevansi berarti teori yang dikemukakan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Kemutakhiran berarti terkait dengan kebaruan teori atau referensi yang digunakan. Keaslian terkait dengan keaslian sumber penelitian.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, untuk menilai sikap dan presepsi responden dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu.

Variabel yang diukur dijabarkan ke beberapa indikator, masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner yang digunakan pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 3.2. Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan

| Variabel | Indikator | Penjelasan Indikator | No Butir |
|------------------------------|----------------------------|--|----------|
| Kualitas Pelayanan (X_1) | <i>Tangible</i> / Berwujud | Penampilan fisik | 1 |
| | <i>Empathy</i> | Perhatian kepada pelanggan | 2 |
| | <i>Responsiveness</i> | Mendengar dan mengatasi keluhan konsumen | 3 |
| | <i>Reliability</i> | Jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten | 4 |
| | <i>Assurance</i> | Menimbulkan keyakinan dan kepercayaan kepada pelanggan | 5 |

Sumber : (Kotler, 2016)

Tabel 3.3. Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan

| Variabel | Indikator | Penjelasan Indikator | No Butir |
|------------------------------|----------------------------|---|----------|
| Kepuasan Pelanggan (X_2) | Kesesuaian harapan | Keyakinan pelanggan terhadap apa yang akan diterimanya | 1 |
| | Minat berkunjung kembali | Minat membeli ulang produk tersebut dimasa yang akan datang | 2 |
| | Kesediaan merekomendasikan | Merekomendasikan produk barang atau jasa kepada calon pelanggan lainnya | 3 |

Sumber : (Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono, 2014)

Tabel 3.4. Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kepercayaan

| Variabel | Indikator | Penjelasan Indikator | No Butir |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|----------|
| Kepercayaan (X ₃) | <i>Fiability</i> | Memuaskan kebutuhan konsumen | 1 |
| | <i>Intentionality</i> | Merefleksikan suatu perasaan aman | 2 |

Sumber : (Ballestar et all, 2017)

Tebel 3.5. Kisi-Kisi Instrumen Variabel Loyalitas Pelanggan

| Variabel | Indikator | Penjelasan Indikator | No Butir |
|-------------------------|-----------------------------------|---|----------|
| Loyalitas Pelanggan (Y) | <i>Satisfaction</i> | Kepuasan pelanggan terhadap barang / jasa | 1 |
| | <i>Emotional bonding</i> | Ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama | 2 |
| | <i>Trust</i> | Kepercayaan terhadap produk suatu perusahaan | 3 |
| | <i>Choice reduction and habit</i> | Memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi | 4 |
| | <i>History with company</i> | Pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku | 5 |

Sumber : (Kotler,2016)

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *realibility* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, (Ghozali, 2011:88). Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya pernyataan dinyatakan oleh Sugiyono (2011:126) : Jika $r_{hitung} \geq 0,30$ (r_{kritis}) maka item pernyataan tersebut valid.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari
- n = Banyaknya responden (sampel)
- X = Skor yang diperoleh subyek dari setiap item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu apabila di lakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data yang diperoleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas dan validitas. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen dilakukan dengan internal *consistency* dengan teknik belah dua (*Split Half*), yang dianalisis dengan menggunakan rumus *Spearman Brown*, sebagai berikut :

$$r_1 = \frac{2 \cdot rb}{1 + rb} \dots \dots \dots (3.3)$$

Dimana :

$$rb = \frac{(n \sum X_1 X_2) - (\sum X_1)(\sum X_2)}{\sqrt{\{\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{\sum X_2^2 - (\sum X_2)^2\}}} \dots \dots \dots (3.4)$$

Keterangan :

- r_1 = Reabilitas instrumen
- rb = Koefisien kolerasi antar kelompok genap dan ganjil
- n = Jumlah anggota sampel
- X_1 = Total skor butir ganjil
- X_2 = Total skor butir genap

Lebih lanjut, instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila reliabilitas instrumen hasilnya sebesar 0,6 atau lebih.

3.5. Metoda Analisis Data

Langkah-langkah yang di gunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut :

3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Dalam penelitian ini pengelolaan data ini menggunakan program *SPSS Ver. 24.00*. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengelola data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

3.5.2. Metoda Penyajian Data

Dalam penelitian ini data yang telah dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk tabel yang diharapkan dapat mempermudah penelitian dalam menganalisis dan memahami data, sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

Data yang diperoleh setelah diolah akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

3.5.3. Analisis Statistika Data

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel dependen, maka metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan penguji hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

3.5.3.1. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi terdisiri dari analisis koefisien korelasi parsial dan analisis koefisien korelasi berganda sebagai berikut :

1. Koefisien Korelasi Parsial

Analisis ini dapat digunakan dalam suatu penelitian apabila penelitian tersebut terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas tertentu dan variabel

terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien person *correlation product moment*, untuk menguji hubungan asosiatif atau hubungan bila datanya berbentuk interval atau rasio.

a. Koefisien korelasi parsial antar X_1 dengan Y (X_2 dan $X_3 = \text{konstan}$)

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{Y1} - (r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}} \dots\dots\dots (3.5)$$

b. Koefisien korelasi parsial antar X_2 dengan Y (X_1 dan $X_3 = \text{konstan}$)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{Y2} - (r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}} \dots\dots\dots (3.6)$$

c. Koefisien korelasi parsial antar X_3 dengan Y (X_1 dan $X_2 = \text{konstan}$)

$$r_{Y3.12} = \frac{r_{Y3} - (r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}} \dots\dots\dots (3.7)$$

Keterangan :

r_{y1} = Koefisien korelasi sederhana antar X_1 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{1i} y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}} \dots\dots\dots (3.8)$$

r_{y2} = Koefisien korelasi sederhana antar X_2 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{2i} y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}} \dots\dots\dots (3.9)$$

r_{y3} = Koefisien korelasi sederhana antar X_3 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{3i} y_i}{\sqrt{\sum x_{3i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}} \dots\dots\dots (3.10)$$

r_{123} = Koefisien korelasi sederhana antar X_1 X_2 X_3 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{1i} x_{2i} x_{3i}}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum x_{3i}^2}} \dots\dots\dots (3.11)$$

X_1 = Selisih skor variabel Kualitas Pelayanan butir i (X_{1i}) dengan rata-rata skor variabel Kualitas Pelayanan \bar{x}_1 atau ($X_{1i} - \bar{x}_1$)

X_2 = Selisih skor variabel Kepuasan Pelanggan butir i (X_{2i}) dengan rata-rata skor variabel Kepuasan Pelanggan \bar{x}_2 atau ($X_{2i} - \bar{x}_2$)

X_3 = Selisih skor variabel kepercayaan butir i (X_{3i}) dengan rata-rata skor variabel kepercayaan \bar{x}_3 atau ($X_{3i} - \bar{x}_3$)

Y_i = Selisih skor variabel loyalitas pelanggan butir i (Y_i) dengan rata-rata skor variabel loyalitas pelanggan \bar{y} atau ($Y_i - \bar{y}$)

$$\bar{x}_1 = \sum_{i=1}^n x_{1i}$$

= Rata-rata skor variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

$$\bar{x}_2 = \sum_{i=1}^n x_{2i}$$

= Rata-rata skor variabel Kepuasan Pelanggan k (X_2)

$$\bar{x}_3 = \sum_{i=1}^n x_{3i}$$

= Rata-rata skor variabel kepercayaan (X_3)

$$\bar{Y} = \sum_{i=1}^n Y$$

= Rata-rata skor variabel loyalitas pelanggan (Y)

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kepuasan Pelanggan

X_3 = Kepercayaan

Y = Loyalitas Pelanggan

2. Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan dengan loyalitas pelanggan secara simultan.

$$r_{Y123} = \sqrt{\frac{(r_{X1})^2 + (r_{X2})^2 + (r_{X3})^2 - 2(r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{Y3})}{1 - (r_{12})^2}} \dots\dots\dots (3.12)$$

Nilai koefisien berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu adalah:

- a. Jika r mendekati 0, maka antara variabel X dan variabel Y semakin lemah.
- b. Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan negative.
- c. Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan positif

Tingkat hubungan antara yang terjadi pada suatu koefisien korelasi dapat dijelaskan dengan menggunakan tabel di bawah ini.

Tabel 3.6. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

| No | Interval koefisien (nilai mutlak) | Tingkat hubungan antara |
|----|-----------------------------------|-------------------------|
| 1 | 0.00-0.200 | Sangat rendah |
| 2 | 0.20-0.399 | Rendah |
| 3 | 0.40-0.599 | Sedang |
| 4 | 0.60-0.799 | Kuat |
| 5 | 0.80-1.000 | Sangat kuat |

Sumber : Sugiyono, (2013)

3.5.3.2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan suatu proses menaksir parameter populasi berdasarkan data yang diambil dari sampel penelitian (statistik). Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui nyata (signifikan) atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

- a. Pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \rho_{Y1.2.3} > 0$ (tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Global Penta Logitik)

$H_a : \rho_{y1.2.3} \leq 0$ (terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Global Penta Logistik)

b. Pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \rho_{y1.2.3} > 0$ (tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Global Penta Logistik)

$H_a : \rho_{y1.2.3} \leq 0$ (terdapat pengaruh langsung yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Global Penta Logistik)

c. Pengaruh X_3 pada Y

$H_0 : \rho_{y1.2.3} > 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Global Penta Logistik)

$H_a : \rho_{y1.2.3} \leq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh langsung yang signifikan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Global Penta Logistik)

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas pada variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *Significance* dibandingkan dengan α ($10\% = 0,1$). Kriteria pengujiannya adalah :

H_0 ditolak, jika *Significance t* $< 0,1$ dan

H_0 diterima, jika *Significance t* $\geq 0,1$

d. Pengaruh $X_1 X_2 X_3$ terhadap Y

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji koefisien korelasi secara berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

$H_a : \rho_{y1.2.3} > 0$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Global Penta Logistik)

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$ (terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Global Penta Logistik)

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara berganda (bersama-sama), digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap α ($10\% = 0.10$).

H_0 ditolak, H_a diterima jika *Significance F* $< 0,10$ dan

H_a ditolak, H_0 ditolak jika *Significance F* $\geq 0,10$