

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif disebut juga teknik konvensional, karena teknik ini sudah cukup lama digunakan, sehingga menjadi praktik untuk penelitian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan pengukuran. Menurut (Sugiyono, 2020 : 16) Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Definisi Operasional Variabel

Menurut (Iriani et al., 2022:87) definisi operasional merupakan batasan dan cara pengukuran variabel yang akan diteliti. Rumusannya menggunakan kata – kata yang operasional, sehingga variabel dapat diukur. Definisi operasional juga merupakan penjelasan definisi variabel yang telah dipilih oleh peneliti. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah satu variabel terikat atau variabel bebas

Tabel 3.1 Defiisi Operasional Variabel

No	Variable	Definisi	Indikator	Konsep	Pernyataan
1	Kualitas Produk (X)	Kualitas produk adalah elemen yang sangat penting bagi perusahaan yang ingin meraih produknya dan mampu bersaing di pasar	a. Ciri – Ciri Produk	Merujuk pada sebuah tingkat produk memiliki keunggulan atau fitur unik yang tidak dimiliki oleh produk lain.	1. Produk di toko grosir Dell Shop tersedia dalam berbagai pilihan peralatan rumah tangga saya sehari - hari 2. Saya merasa kemasan produk di toko grosir Dell Shop aman dan menjaga barang tetap dalam kondisi baik selama pengiriman. 3. Saya merasa di toko grosir Dell Shop menawarkan produk dengan berbagai varian harga yang cocok untuk berbagai kalangan, dari yang terjangkau hingga premium. 4. Saya merasa produk yang dijual di toko grosir Dell Shop mudah ditemukan dan memenuhi preferensi saya.

			b. Kesesuaian yang spesifikasi	guna mengukur apakah produk telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dan sesuai dengan ekspektasi.	1. Saya merasa puas dengan kesesuaian produk yang spesifikasi dari toko grosir Dell Shop dengan kebutuhan saya. 2. Setelah menggunakan produk yang saya beli dari toko grosir Dell Shop, saya yakin bahwa kesesuaian sangat berpengaruh terhadap kepuasan saya. 3. Produk yang saya beli dari toko Dell Shop memiliki kesesuaian yang spesifikasi dengan toko online nya. 4. Kesesuaian yang spesifikasi dari produk yang saya beli di Dell Shop memberikan rasa puas karena produk tersebut memenuhi ekspektasi.
			c. kehandalan	Menjamin bahwa produk yang dihasilkan bebas dari cacat atau kerusakan, serta berfungsi dengan baik sesuai tujuan penggunaannya.	1. Toko grosir Dell Shop selalu menjaga kualitas hubungan dengan pelanggan, menjadikan setiap transaksi sebagai pengalaman yang menyenangkan dan terpercaya yang membuat saya merasa di hargai setiap kali berbelanja. 2. Kehandalan di toko grosir Dell Shop dalam menyediakan berbagai pilihan produk

					memungkinkan saya untuk menemukan segala yang dibutuhkan dalam satu tempat. 3. Saya memastikan setiap produk yang dikirim memenuhi standar kualitas yang tinggi, sehingga pelanggan mendapatkan barang yang sesuai harapan.
			d. Daya tahan	produk yang digunakan oleh konsumen dalam waktu lama tanpa mengalami kerusakan menunjukkan tingkat ketahanan yang baik.	1. Produk yang saya beli dari toko grosir Dell Shop memiliki daya tahan lama dan tidak mudah rusak meskipun di gunakan secara rutin. 2. Daya tahan produk yang saya beli di toko grosir Dell Shop sesuai dengan harapan saya, dan saya merasa puas dengan daya tahan produk tersebut meskipun sering digunakan. 3. Setiap produk yang saya beli di toko grosir Dell Shop selalu memiliki kualitas yang sebanding dengan harganya. 4. Daya tahan produk pada toko grosir Dell Shop menjadi alasan utama saya untuk terus berbelanja di sini.
			e. desain	Merujuk	1. Di toko grosir Dell

				dengan aspek estetika dan tampilan produk, seperti warna, kemasan, atau elemen visual lainnya yang mampu menarik perhatian dan mempengaruhi minat konsumen.	Shop ini, saya percaya bahwa desain yang baik harus didukung oleh kualitas yang luar biasa, sehingga setiap produk yang ditawarkan dapat diandalkan dalam jangka panjang 2. Di toko grosir Dell Shop, memiliki desain produk yang selalu mengutamakan kualitas, sehingga setiap item yang saya tawarkan memiliki daya tahan yang lama dan memenuhi kebutuhan saya. 3. Saya merasa desain barang di toko grosir Dell Shop modern dan praktis, membuatnya mudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari. 4. Saya yakin desain produk di toko grosir Dell Shop mencerminkan kualitas tinggi, memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan. 5. Saya merasa desain produk pada toko grosir Dell Shop selalu menyesuaikan kebutuhan fungsional dan kualitas, memastikan barang yang saya beli tahan
--	--	--	--	--	---

					lama dan efektif digunakan.
2	Loyalitas pelanggan (Y)	loyalitas pelanggan adalah salah satu perilaku konsumen yang positif dan dapat dimanfaatkan pelaku pasar untuk mempertahankan pelanggan serta memperluas pasar melalui pelanggan.	a. Purchase intention	merujuk pada keinginan pelanggan yang kuat untuk melakukan pembelian atau transaksi ulang terhadap produk pada perusahaan yang sama dimasa yang datang.	1. Saya merasa nyaman berbelanja di toko grosir Dell Shop karena pelayanan yang memuaskan. 2. Saya sering memilih toko grosir Dell Shop sebagai tempat pertama untuk mencari produk yang saya butuhkan. 3. Saya merasa puas dengan produk yang saya beli di toko grosir Dell Shop ini. 4. Saya percaya bahwa toko grosir Dell Shop menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif. 5. Saya percaya bahwa toko grosir Dell Shop adalah pilihan terbaik untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari.
			b. Word of mouth	Merujuk pada persepsi pelanggan tentang <i>word of mouth</i> . <i>Word of mouth</i> yang dimaksud adalah pelanggan menceritakan	1. Saya sering merekomendasikan toko grosir Dell Shop kepada teman-teman saya karena kualitas produk. 2. Saya sering mendengar rekomendasi positif dari teman atau saudara mengenai toko

				kebaikan dan memberi rekomendasi perusahaan kepada orang lain. Semakin banyak menceritakan kebaikan dan kualitas produk pada sebuah perusahaan dan memberi rekomendasi kepada orang lain, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.	grosir Dell Shop sebagai tempat berbelanja. 3. Saya sering membeli produk di toko grosir Dell Shop karena banyak orang yang merekomendasikannya kepada saya. 4. Saya merasa senang bisa menyarankan toko grosir Dell Shop kepada rekan-rekan saya karena saya tahu mereka akan mendapatkan produk yang di inginkan oleh rekan saya. 5. Kualitas produk yang konsisten membuat saya kembali dan mengajak orang lain untuk berbelanja di toko grosir Dell Shop.
			c. Price sensitivity	Merujuk pada Price sensitivity yang dimaksud adalah pelanggan tidak terpengaruh dengan tawaran harga yang lebih rendah dari pesaing atau menolak tawaran produk perusahaan	1. Harga yang bersaing di toko Dell Shop membuat saya lebih sering berbelanja di toko ini dari pada di tempat lain. 2. Saya sering mengajak teman untuk berbelanja di toko grosir Dell Shop karena mereka selalu menawarkan harga yang pas di kantong, tanpa mengurangi kualitas. 3. Saya selalu merasa

				saingan.	puas berbelanja di toko grosir Dell Shop, karena mereka selalu memberikan harga yang sesuai dengan kualitas dan kebutuhan saya. 4. Saya akan tetap berbelanja di toko grosir Dell Shop karena saya selalu memberikan harga yang sesuai dengan anggaran saya. 5. Saya akan terus berbelanja di toko grosir Dell Shop karena saya merasa harga yang ditawarkan selalu sesuai dengan kualitas produk.
			d. Complaining behavior	Merujuk pada perilaku pelanggan tanpa merasa canggung dan enggan menyampaikan keluhan kepada pihak perusahaan dimasa yang akan datang ketika seorang pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu produk karena telah	1. Saya akan tetap loyal kepada toko grosir Dell Shop karena mereka selalu merespons keluhan pelanggan dengan cepat. 2. Saya merasa puas dengan cara toko grosir Dell Shop menangani keluhan dan masalah yang saya alami. 3. Saya merasa bahwa toko grosir Dell Shop selalu berusaha memperbaiki pengalaman pelanggan setelah menerima

				terbangun hubungan (<i>relationship</i>) yang baik antara pelanggan dengan pihak perusahaan.	keluhan. 4. Toko grosir Dell Shop membuat saya merasa dihargai sebagai pelanggan ketika saya mengajukan keluhan. 5. Saya akan segera menghubungi pihak toko grosir Dell Shop jika saya menemukan ketidaksesuaian antara produk yang diterima dengan apa yang saya pesan
--	--	--	--	--	---

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan Dalam penelitian wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek karakteristik yang dimiliki oleh yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti.

Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dalam karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneltii untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2020:126).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang ke toko grosir Dell Shop dengan jumlah besar dan jumlah nya yang tidak terhingga.

2. Sampel

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. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2020:127).

Peneliti menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan data dari pelanggan produk di toko Dell Shop Sukoharjo yang telah membeli. Dikarenakan jumlah populasi yang besar dan jumlah konsumen yang tidak terhingga sehingga tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka peneliti menggunakan rumus *Cochran* dalam (Sugiyono, 2017:148), yaitu sebagai berikut;

$$N = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan dari sampel (sampling eror) 10%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut ;

$$N = \frac{(1,96^2)(0,5)(0,5)}{0,1^2}$$

$$N = \frac{(3,84^2)(0,5)(0,5)}{0,01}$$

$$N = \frac{0,96}{0,01}$$

$$N = 96$$

Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari pelanggan atau konsumen Toko Grosir Dellshop Sukoharjo. Setelah dihitung dengan menggunakan rumus *Cochran*, maka jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebanyak 96 sampel.

3. Teknik sampling

Teknik sampling merupakan pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat berbagai teknik sampling yang di gunakan. Menurut (Sugiyono, 2020:128).

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu Probability Sampling dan Non probability Sampling. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel akan menggunakan metode non-probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap (anggota) populasi dipilih menjadi anggota sampel. Non-Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang merupakan cara pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang di maksudkan dalam penelitian responden dengan kriteria tertentu, yaitu konsumen yang sudah melakukan pembelian produk di Toko Grosir Dell Shop Sukoharjo.

D. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data

(Sugiyono, 2017). Berdasarkan jenis dan sumber data, maka teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini di antranya :

1. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2020:124) dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berbentuk tulisan, gambar/foto atau karya-karya monumental dari seseorang/instansi.

Dalam penelitian ini dokumentasi akan dibuat dalam bentuk foto penelitian dengan narasumber sebagai bukti telah melakukan observasi yang bertujuan untuk mendukung penelitian.

2. Angket (kuestioner)

Angket atau kuestioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden).

Meneurut (Sugiyono, 2020:199) angket (kuestioner) merupakan teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara memberi sperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.

Kuestioner juga dapat berupa pertanyaan/pernyataann tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Dalam penyebaran kuisioner akan di berikan kepada pelanggan pada Toko Grosir Dell Shop.

3. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2020:195).

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan menyusun panduan wawancara yang di sesuaikan dengan topik permasalahan. Panduan tersebut digunakan untuk melakukan Tanya jawab bersama owner toko grosir Dell Shop. Melalui proses wawancara ini. Peneliti dapat menggali informasi lebih terkait permasalahan yang diteliti pada usaha tersebut.

E. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, (2020:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Jumlah instrumen penelitian disesuaikan dengan jumlah variabel yang telah ditetapkan untuk diteliti. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data, baik untuk variabel independen maupun dependen,

adalah angket atau kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti. Instrumen tersebut akan digunakan sebagai alat utama dalam pengumpulan data. Selanjutnya, kuesioner yang dibagikan kepada responden akan diukur menggunakan skala Likert.

Skala likert merupakan skala yang di gunakan unuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2020:146). Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Instrumen disusun berdasarkan indikator-indikator dari kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Grosir Dell Shop.

Dalam pembuatan skala likert, peneliti membuat beberapa pertanyaan atau pernyataan tentang suatu topik atau objek untuk kemudian diberikan kepada responden atau subjek responden atau subjek kemudian diminta untuk menunjukkan sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju terhadap setiap pertanyaan. Dengan menetapkan skor untuk setiap tanggapan terhadap pernyataan alternatif, tanggapan alternatif berbasis skala Likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

NO	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu – Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 3.3 Kisi – Kisi Instrumen

Variable	Definsi Oprasional Varibel	Indikator	No Item	Skala pengukuran
Kualitas produk(X)	Kualitas produk, merupakan kondisi menggambarkan sebuah keadaan fisik, sifat, dan fungsi dari suatu produk, yang berupa baik barang maupun layanan.	1. produk 2.Kesesuaian dengan spesifikasi 3. Kehandalan 4. Ketahanan 5. Desain	1-4 5-8 9-11 12-15 16-20	1-5
Jumlah Pertanyaannya			20	
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan merupakan dampak positif dari proses pemasaran agar pelanggan memperoleh kepuasan	1.purchase intention 2.Word of mouth 3.Price sensivity	1-5 6-10 11-15	1-5

	dalam setiap interaksi pada tahap pemasaran sehingga berdampak pada timbulnya sikap loyal pelanggan.	4.Complaining behavior	16-20	
Jumlah Pertanyaan			20	

Kuesioner yang telah dibuat akan diberi skor untuk mengetahui distribusi variabel bebas dengan terikat, berdasarkan persepsi responden dengan mencari interval dari setiap kategori menggunakan rumus sebagai berikut :

Rumus Kelas Interval:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan:

I = Kelas Interval

NT = Nilai Tertinggi

NR = Nilai Terendah

K = Kategori

1. Kelas interval untuk variabel Kualitas Produk

Daftar pernyataan dalam kuesioner kualitas produk (X) dirancang sebanyak 20 pernyataan, maka didapat nilai tertinggi sebesar

$5 \times 20 = 100$ dan Nilai terendah sebesar $1 \times 20 = 20$. Selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$I = \frac{100 - 20}{3} = \frac{80}{3} = 26,6 \text{ (27)}$$

Dengan interval ($I = 26$), diperoleh pengkategorian variabel keputusan pembelian sebagai berikut:

- a. Skor 20 – 46, kualitas produk dalam kategori rendah, yaitu menggambarkan bahwa kualitas produk pada toko grosir Dell Shop kurang berkualitas.
- b. Skor 47 – 73 , kualitas produk dalam kategori sedang, artinya yaitu menggambarkan bahwa kualitas produk pada toko grosir Dell Shop cukup berkualitas sesuai dengan yang di harapkan.
- c. Skor 74 – 100, kualitas produk dalam kategori tinggi, yaitu menggambarkan bahwa kualitas produk pada toko grosir Dell Shop sesuai seperti yang di harapkan.

2. Kelas interval untuk variabel Loyalitas Pelanggan

Daftar pernyataan dalam kuesioner loyalitas pelanggan (Y) dirancang sebanyak 20 pernyataan, maka didapat nilai tertinggi

sebesar $5 \times 20 = 100$ dan Nilai terendah sebesar $1 \times 20 = 20$.

Selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$I = \frac{100 - 20}{3} = \frac{80}{3} = 26,6 \text{ (27)}$$

Dengan interval ($I = 26$), diperoleh pengkategorian variabel keputusan pembelian sebagai berikut:

- a. Skor 20 – 46, loyalitas pelanggan dalam kategori rendah, yaitu menggambarkan bahwa loyalitas pelanggan pada toko grosir Dell Shop kurang baik.
- b. Skor 47 – 73, loyalitas pelanggan dalam kategori sedang, artinya yaitu menggambarkan bahwa loyalitas pelanggan pada toko grosir Dell Shop cukup baik.
- c. Skor 74 – 100, loyalitas pelanggan dalam kategori tinggi, yaitu menggambarkan bahwa loyalitas pelanggan pada toko grosir Dell Shop sangat baik.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data

Analisi data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, katagori, menjabarkan, dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori,

menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami, oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono 2017 : 482).

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Kuesioner sebelum digunakan perlu dilakukan uji coba untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat telah mampu dipahami atau tidak sehingga nantinya akan memperoleh data yang memenuhi syarat valid atau reliable. Teknik uji coba (*try out*) kuesioner dilakukan kepada 10 orang konsumen pada toko grosir Dell Shop didalam populasi di luar sampel. Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menyebar kuesioner pada penelitian yang sesungguhnya.

Berikut teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini:

a. Uji validitas

Menurut (Sugiyono, 2017:198) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Penguji validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir.

Untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut:

apabila memiliki sumbangan yang besar terhadap skor total, dengan kata lain dikatakan validitas yang tinggi jika kesejajaran ini dapat diartikan dengan korelasi, sehingga untuk mengetahui validitas butir digunakan rumus korelasi *Product Moment*. Untuk mengetahui hasil kelayakan validitas, penelitian ini menggunakan rumus korelasi *person product moment* dengan alat bantu SPSS versi 26 yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Nilai Validitas

n = Banyaknya Jumlah Sampel Yang Akan Diuji

x = Pertanyaan Ke 1

y = Jumlah Seluruh Pertanyaan

$\sum x$ = Jumlah skor butir (x)

$\sum y$ = Jumlah skor butir (y)

$\sum xy$ = Jumlah perkalian butir (x) dan butir (y)

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor butir (x)

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor butir (y)

Dalam pengujian validitas ini, menggunakan 10 responden dari populasi diluar dari sampel dengan tingkat signifikansi :

(α) 5% dari $df = N-2$

diperoleh nilai t_{tabel} , kemudian nilai t_{tabel} dibandingkan dengan nilai t_{hitung} yang diperoleh. Dengan membandingkan kedua nilai t tersebut, maka akan diketahui pengaruhnya, yaitu valid atau tidak item kuesionernya

Kriteria pengujian:

- a. $R_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ atau signifikansi > 0.05 . H_0 ditolak dan H_a diterima, maka item kuesioner dinyatakan valid.
- b. $R_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ atau signifikansi < 0.05 . H_0 diterima dan H_a ditolak, maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu pernyataan dalam kuesioner penelitian ini, maka nilai reliabilitas dinyatakan atau dianalisis Menggunakan rumus Cronbach Alpha.

Rumus reliabilitas *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k 1S_i^2}{s_p^2} \right)$$

Keterangan:

r = Indeks reabilitas

K = Jumlah butir dalam skala

S²_t = Ragam (*variance*) dari butir ke-1

S²_p = Ragam (*variance*) dari skor total

Dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* apabila nilai

Alpha > 0,60 maka variabel tersebut bisa dikatakan reliabel.

2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:232). Statistik deskriptif dapat digunakan ketika seorang peneliti hanya ingin mendeskripsikan sampel dan tidak ingin menarik kesimpulan tentang populasi dari mana sampel itu diambil.

Yang termasuk kedalam Statistik deskriptif antara lain grafik, diagram lingkaran, penyajian data melalui tabel, perhitungan modus, pictogram, mean (pengukuran tendensi sentral) median, persentil, perhitungan

penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan desil dan perhitungan presentase.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan hubungan variabel dependen apakah positif atau negatif.

Menurut (Sugiarto, 2022) “analisis regresi linear sederhana (*linear regression analysis*) bertujuan untuk menganalisis bentuk hubungan linear antara dua variabel, yaitu hubungan kausal satu variabel bebas (*independent variable*) terhadap satu variabel terikat (*dependent variable*)”. Dengan variabel independen yaitu Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Dalam penelitian ini, menggunakan rumus menurut (Sugiyono, 2017:298) dengan alat bantu SPSS versi 26 sebagai berikut:

$$Y' = a + Bx$$

Keterangan :

Y' = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Nilai koefisien

4. Penguji Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik) (Sugiyono, 2017:247). Kebenaran dari hipotesis itu harus melalui data yang terkumpul. Uji hipotesis adalah suatu pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Hipotesis yang diajukan adalah:

1. $H_0: \beta = 0$ = kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada toko grosir Dell Shop Sukaharjo 2024.
2. $H_a: \beta \neq 0$ = kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada toko grosir Dell Shop Sukaharjo 2024.

Dalam menguji hipotesis dilakukan dengan uji statistik t sebagai berikut :

a. Uji T

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan

variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi (α) 5% dari $df = n - K - 1$ diperoleh nilai t_{tabel} , kemudian nilai t_{tabel} dibandingkan dengan nilai t_{hitung} yang diperoleh. Dengan membandingkan kedua nilai T tersebut, maka akan diketahui pengaruhnya, yaitu dapat diterima atau ditolaknya hipotesis. Dengan membandingkan kedua nilai T tersebut, maka akan diketahui pengaruhnya, yaitu dapat diterima atau ditolaknya hipotesis. Rumus uji-T yang dibantu dengan alat bantu SPSS versi 26 sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Korelasi persial yang ditemukan

n = Jumlah sample

$t = t_{\text{hitung}}$ yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

- Hipotesis yang diajukan adalah :

Pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

1. H_o : kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada toko grosir Dell Shop Sukaharjo 2024

2. H_a : kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada toko grosir Dell Shop Sukaharjo 2024

- Kriteria pengujian :
 - a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi > 0.05 . H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
 - b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi < 0.05 . H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

G. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan Koefisien determinasi berganda (R^2).

Seperti halnya korelasi, maka notasi koefisien determinasi pada regresi linear sederhana yaitu (r^2), karena hanya memiliki satu variabel independen yang di determinasikan ke variabel dependen.

Pada penelitian ini untuk mengatasi seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada toko Dellshop Sukaharjo 2024.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = (R_{xy})^2 \times 100\%$$

Menurut (Sugiyono, 2020:248) untuk menafsirkan koefisien determinasi dapat menggunakan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.4 Tafsiran angka-angka koefisien determinasi korelasi

Koefisien Determinasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2020:248)