

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah PT. Murakami Delloyd Indonesia

PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah perusahaan manufacturing yang merupakan penggabungan dua perusahaan PT. Delloyd dengan Murakami Corporation. Pada awalnya PT. Delloyd atau yang dikenal sekarang PTMDI berasal dari Delloyd Industri Sdn Bhd of Malaysia pada April 2003. Pada bulan juni 2004 PT. Delloyd memulai produksi di Kota Bukit Indah / Purwakarta, namun pada bulan juni 2011 pindah ke daerah cikarang atau tepatnya di Delta Silicon. Pada dec 2012 Murakami Corporation bergabung dengan Delloyd Industries Sdn Bhd. Dan pada bulan Feb 2013 setelah memutuskan untuk bergabung kini perusahaan berganti nama menjadi PT. Murakami Delloyd Indonesia.

Produk utama dari PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah memproduksi kaca spion untuk perusahaan produksi mobil diantaranya SUZUKI ERTIGA, HONDA FREED, TOYOTA (INNOVA, FORTUNER, ETIOS VALCO, VIOS).

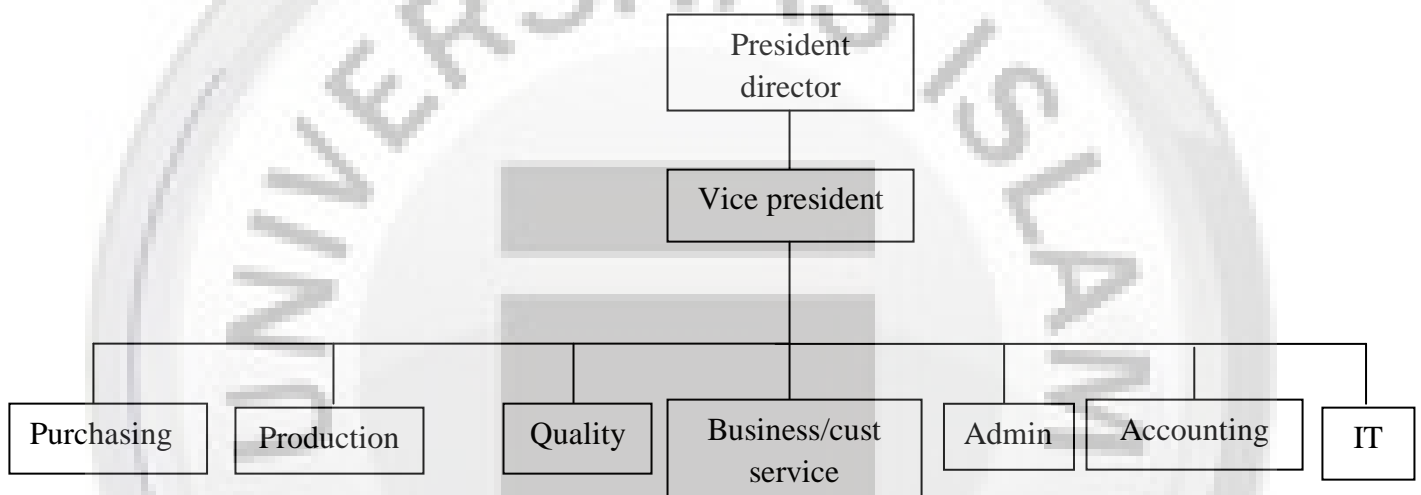
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

1. *Change* (Perubahan) : PT. Murakami Delloyd Indonesia setiap tahunnya akan melakukan perubahan yang lebih baik lagi

2. *Try* (Mencoba) : PT. Murakami Delloyd Indonesia selalu mencoba untuk melakukan inovasi kepada setiap produk nya
3. *Challenge* (Tantangan) : PT. Murakami Delloyd Indonesia akan selalu siap menerima tantangan apapun baik beresiko ataupun tidak

3.1.3 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi PT. Murakami Delloyd Indonesia



Gambar 3.1.3.1 Sumber : PT. Murakami Delloyd Indonesia, 2014

Berikut *job description* dari gambar struktur organisasi diatas :

1. *President Director*:

Tugas & Tanggungjawab

- A. Menyusun strategi dan visi
- B. Menjalin hubungan dan kemitraan strategis
- C. Mengatur investasi, alokasi dan divestasi
- D. Memimpin direksi

- E. Membuat rencana pengembangan perusahaan dan usaha perusahaan dalam jangka panjang ataupun pendek
- F. Menjalin hubungan kerjasama dengan berbagai perusahaan lain
- G. Bertanggungjawab terhadap kemajuan perusahaan
- H. Memimpin perusahaan dan mengawasi kelancaran perusahaan
- I. Melakukan hubungan baik dengan pihak luar baik swasta atau pemerintah
- J. Menetapkan kebijakan perusahaan
- K. Menerima dan memeriksa laporan dari masing-masing Vice President

2. *Vice President* :

Tugas & Tanggungjawab

- A. Membuat, merumuskan, menyusun, menetapkan konsep dan rencana umum perusahaan, mengarahkan dan memberikan kebijakan/keputusan atas segala rancang bangun dan implementasi perusahaan kearah pertumbuhan dan perkembangan perusahaan
Mengarahkan karyawan untuk meningkatkan seluruh sumber daya yang ada secara optimal bagi kepentingan perusahaan
- B. Memberikan kemampuan profesional secara optimal bagi kepentingan perusahaan
- C. Membantu direktur utama untuk melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja perusahaan
- D. Menciptakan suasana tenang, damai dan enerjik terhadap seluruh aktivitas perusahaan

- E. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan, kinerja dan prosedur-prosedur yang dipergunakan
- F. Bertanggung jawab atas pengembangan sistem dan mekanisme administrasi, operasional, keuangan dan manajemen perkantoran secara umum
- G. Memperhatikan kesejahteraan sosial dan ekonomi karyawan dan keluarganya
- H. Memberikan hasil yang signifikan terhadap perkembangan dan kemajuan perusahaan

3. *Purchasing* :

Tugas & Tanggungjawab

- A. Membuat dan mencetak PO (*Purchase Order*) dan mengirimkannya ke Vendor agar proses pembelian dapat berjalan dengan baik sesuai jadwal dan spesifikasi yang diinginkan
- B. Melakukan input biaya-biaya yang timbul untuk pengiriman barang yang dibebankan kepada penerima barang
- C. Membuat laporan bulanan untuk pembelian dan outstanding PO untuk menjadi bahan informasi bagi atasan dalam pengambilan keputusan
- D. Melakukan pengiriman sample, barang dagangan dan *document* ke *customer*
- E. Melakukan pembelian alat-alat, barang seperti *office supplies*, agar tersedia sesuai dengan yang dibutuhkan oleh setiap departemen

F. Melakukan laporan pembelian dan pengeluaran barang (*Inventory*, material dll)

G. Melakukan pemilihan / seleksi rekanan pengadaan sesuai kriteria perusahaan

H. Memastikan kesediaan barang / material melalui mekanisme *audit / control stock* dll

4. *Production*

A. Bekerja sama dengan kepala bagian PPC dalam penyusunan rencana dan jadwal produksi

B. Mengkoordinir dan mengawasi serta memberikan pengarahan kerja kepada setiap seksi di bawahnya untuk menjamin terlaksananya kesinambungan dalam proses produksi

C. Memonitor pelaksanaan rencana produksi agar dapat dicapai hasil produksi sesuai jadwal, volume, dan mutu yang ditetapkan

D. Bertanggung jawab atas pengendalian bahan baku dan efisiensi penggunaan tenaga kerja, mesin dan peralatan.

E. Selalu menjaga agar fasilitas produksi berfungsi sebagaimana mestinya

F. Membuat laporan harian dan berkala mengenai kegiatan dibagiannya sesuai dengan sistem pelaporannya berlaku

5. *Quality Control*

A. Memantau perkembangan semua produk yang diproduksi oleh perusahaan

- B. Bertanggung jawab untuk memperoleh kualitas dalam produk dan jasa perusahaannya
- C. Tugas utama *Quality Control* tetap sama disemua industri. Namun, metode untuk menentukan kualitas suatu produk bervariasi setiap perusahaan
- D. QC memonitor setiap proses yang terlibat dalam produksi produk
- E. Memastikan kualitas barang yang dibeli serta barang jadi
- F. QC harus memastikan produk dari standar perusahaan memenuhi mutu ISO seperti 9001, ISO 9002 dll.
- G. Bertanggung jawab untuk dokumentasi inspeksi dan tes yang dilakukan pada produk dari sebuah perusahaan

6. *Business / Customer Service*

- A. Melayani kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam penerimaan order / pesanan barang
- B. Menjawab pertanyaan-pertanyaan atau memberikan informasi
- C. Penanganan keluhan-keluhan yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan
- D. Administrasi
- E. Melakukan kegiatan surat menyurat
- F. Melakukan input data, rekap data dan dokumentasi
- G. Membantu pelaksanaan kegiatan rekrutmen
- H. Melakukan kegiatan administratif

- I. Menyusun jadwal training dan mengkoordinir persiapan *training* membuat dan menyampaikan undangan training
- J. Membantu dan mengkoordinir kegiatan interval

7. *Accounting*

- A. Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu
- B. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku
- C. Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengontrol arus kas perusahaan (*cashflow*), terutama pengelolaan piutang dan hutang, sehingga memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kesehatan kondisi keuangan
- D. Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan, dan mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional.

8. Bidang IT

- A. *IT Support Officer*

Tugas dan tanggung jawab antara lain :

- a. *Maintain* dan perawatan jaringan LAN
- b. *Archive data*

c. *Maintain* dan perawatan komputer

B. *IT Programmer*

Tugas dan tanggung jawab antara lain :

- a. Mengumpulkan informasi untuk penganalisaan dan evaluasi sistem yang sudah ada maupun untuk rancangan suatu sistem
- b. Riset, perencanaan, instalasi, konfigurasi, *troubleshoot*, pemeliharaan, dan *upgrade* sistem pengoperasian
- c. Mempersiapkan *flowchart* dan diagram yang menggambarkan kemampuan dan proses dari sistem yang digunakan
- d. Mencatat dan memelihara laporan tentang perlengkapan perangkat keras dan lunak, lisensi situs atau server
- e. Memperbaiki berbagai masalah seputar *hardware*, *software*, dan konektivitas, termasuk didalamnya akses penggunaan dan konfigurasi komponen
- f. Memilih prosedur yang tepat dan mencari support ketika terjadi kesalahan atau timbul permasalahan yang besar tak terduga

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan metode yang digunakan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang berfungsi mengetahui suatu fenomena, gejala, yang khas atau unik

dari suatu individu kelompok, atau objek sosial lainnya. Sehingga dapat diperoleh suatu deskripsi yang rinci mengenai fenomena atau gejala tersebut.

3.2.1 Populasi, Teknik Sampling dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Populasi sasaran adalah objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu (jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan) yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008: 115).

b. Teknik Sampling dan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010: 116). Sample yang diambil adalah pelanggan yang menggunakan produk kaca spion yang diproduksi oleh PT. Murakami Delloyd Indonesia, menurut pihak produsen rata-rata pemesanan produk terdapat 92 pelanggan. Penentuan ukuran sample responden dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin Husein Umar (2005:280), yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Ukuran sample

N = Jumlah Populasi

e = Presentase kelonggaran ketidakpastian dengan tingkat kesalahan 15%.

Dengan menggunakan rumus diatas maka dapat diketahui jumlah reponden yang akan diteliti secara acak adalah 92 orang pelanggan :

$$N = \frac{92}{(92 \cdot 0,15^2) + 1}$$

$$N = \frac{92}{2,07 + 1}$$

$$N = \frac{92}{3,07}$$

$N = 29,967$ dapat dibulatkan menjadi 30 responden

Jadi : $N = 30$ responden

Teknik pengambilan sample yang penulis gunakan adalah teknik *non protability* sampling, yaitu teknik pengambilan sample yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample (Sugiyono, 2010:120). Jenis teknik *non protability* sampling yang digunakan adalah sampling insidental, yang siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010:122).

Alasan peneliti menggunakan teknik sampling insidental yaitu agar memberikan kemudahan pada peneliti dalam pengambilan sampe dikarenakan

jumlah populasi tidak diketahui dalam setiap harinya. Dalam hal ini sample dari penelitian adalah pelanggan PT. Murakami Delloyd Indonesia.

3.2.3 Variable dan Operasional Variabel

Sugiyono (2008:58) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu :

1. Variabel independen (variabel bebas), yaitu variabel yang menyebabkan timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X)
2. Variabel dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y)

Operasional variabel merupakan batasan yang dibuat oleh peneliti terhadap variabel penelitian, sehingga diharapkan dapat memberi suatu kejelasan pemahaman terhadap makna pengertian variabel yang dimaksud dalam penelitian.

Manfaat dari operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menentukan skala data
- b. Sebagai acuan dalam pembuatan instrument
- c. Sebagai acuan dalam penentuan alat analisis

3.2.3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas	<i>Performa</i>	Tingkat kemanfaatan fungsi produk yang utama -fungsi pada merek -fungsi pada atribut-atribut yang diukur -fungsi aspek-aspek kinerja individu	Ordinal
	<i>Feature</i>	Tingkat pengembangannya dari fungsi utama sampai fungsi-fungsi tambahan, diantaranya : -fungsi tambahan vibration analysis -fungsi tambahan structural analysis -fungsi tambahan resin flow analysis	Ordinal Ordinal Ordinal
	<i>Reability</i>	Tingkat kehandalan produk untuk -fungsi biaya penggantian -fungsi pemeliharaan	Ordinal
	<i>Conformance</i>	Tingkat kesesuaian produk dengan apa yang di tanyakan oleh pelanggan -tingkat akurasi -waktu penyelesaian -perhitungan kesalahan	Ordinal
	<i>Durability</i>	Tingkat ketahanan produk spion Periode waktu tertentu untuk dinyatakan masa pakainya (lama produk) -dilihat secara teknis -dan dilihat secara ekonomis	Ordinal
	<i>Service ability</i>	Tingkat kemampuan pelayanan kepada pelanggan Dilihat dari : -kecepatan -komptensi -kemudahan produk untuk diperbaiki -kegunaan	Ordinal
	<i>Aesthetic</i>	Tingkat karakteristik estetika mengenai keindahan keindahan bersifat subjektif, yang berkaitan dengan : -pertimbangan pribadi -refleksi/pilihan individual	Ordinal
	<i>Perceive quality</i>	Tingkat kualitas yang dipersepsikan secara	

		subjektif , berkaitan dengan : -pengukuran tingkat kualitas produk	Ordinal
Loyalitas pelanggan	Melakukan pembelian ulang secara teratur	Tingkat intensitas pembelian ulang secara teratur	Ordinal
	Membeli antar lini produk jasa	Tingkat intensitas pembelian antar line produk jasa	Ordinal
	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari Pesaing	Tingkat kekebalan terhadap tarikan pesaing	Ordinal
	Mereferensikan kepada orang lain	Tingkat upaya Mereferensikan kepada orang lain	Ordinal

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Kuesioner

Yaitu suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada responden dengan harapan responden memberikan respon atas pertanyaan tersebut (Husein Umar, 2004). Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui data tentang kualitas produk PT. Murakami Delloyd Indonesia, dan akhirnya digunakan untuk mengetahui tingkat loyalitas responden sebagai konsumen PT. Murakami Delloyd Indonesia, dan pada akhirnya digunakan untuk mengetahui tingkat loyalitas responden sebagai pelanggan PT. Murakami Delloyd Indonesia. Responden diharapkan untuk menjawab yang telah disediakan. Kuesioner yang digunakan adalah kuisisioner pilihan ganda dimana setiap item soal disediakan 5 (lima) pilihan jawaban. Dalam penelitian ini jawaban yang diberikan oleh responden kemudian diberi skor dengan mengacu pada skala Likert.

Tabel 3.1
Skala Likert

Jawaban	Skor atau Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Ghozali, 2005

3.3.2 Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002). Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan pihak PT. Murakami Delloy Indonesia untuk memperoleh data mengenai gambaran umum tentang perusahaan, produk-produk yang ditawarkan, volume penjualan, data pelanggan, dan gambaran prospek perusahaan.

3.4 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dengan menggunakan metode kuantitatif, diharapkan akan didapatkan hasil pengukuran yang lebih akurat tentang respon yang diberikan oleh responden, sehingga data berbentuk angka tersebut dapat diolah dengan menggunakan metode statistik.

3.4.1 Analisis Angka Indeks

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden penelitian ini, khususnya mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis indeks, untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan.

Teknik skoring yang dilakukan dalam penelitian ini adalah minimum 1 dan maksimum 5, maka perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai Indeks} = ((\% f_{1 x_1}) + (\% f_{2 x_2}) + (\% f_{3 x_3}) + (\% f_{4 x_4}) + (\% f_{5 x_5})) / 5$$

Dimana

f_1 adalah frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan.

f_2 adalah frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan.

f_3 adalah frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan.

f_4 adalah frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan.

f_5 adalah frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan.

Skor minimal diperoleh jika 100% responden menjawab 1 skor :

$$1 \times 100\% = 100\%$$

Dengan demikian nilai indeks minimal diperoleh sebesar $100 / 5 = 20\%$

Skor maksimal diperoleh jika 100% responden menjawab skor 5 :

$$5 \times 100\% = 500\%$$

Dengan demikian nilai indeks maksimal diperoleh sebesar $100\% / 5 = 100\%$

Rentang skala didapatkan dari perhitungan rumus berikut :

$$RS = \frac{m-n}{k}$$

Keterangan :

RS = rentang skala

m = skor maksimal

n = skor minimal

k = jumlah kategori

$$RS = \frac{100-20}{1} = 80$$

Dengan menggunakan kriteria 1 kotak (*One-box Method*), maka rentang sebesar 80 dibagi 1 akan menghasilkan rentang sebesar 80,00 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut :

3.4.2 Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2005).

3.4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0.60 (Ghozali, 2006).

3.4.4 Uji Asumsi Klasik

3.4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2006). Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan antara lain (Ghozali, 2006):

1. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data (titik) menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.4.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila varians tersebut menunjukkan pola tetap, maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut

heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *Scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005).

Dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.4.5 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang dapat diklasifikasikan kedalam kategori-kategori yang berwujud angka-angka yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh (Husein Umar, 2004). Hasil penghitungan dari skor atau nilai tersebut kemudian dalam analisa statistik yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16 *for Windows*, untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel penelitian. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini.

3.4.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y' = variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = variabel independen

a = konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3.4.5.2 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel

terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan dengan pengujian secara parsial menggunakan uji t dan pengujian secara simultan menggunakan uji F, serta pengujian Koefisien determinasi (R²).

1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2005 : 84). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas produk) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) secara terpisah atau parsial.

Hipotesa yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah :

$H_0 : \beta_0 = 0$, variabel bebas (kualitas produk) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan).

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, variabel bebas (kualitas produk) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan)

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005 : 85) :

1. Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel

Apabila t tabel > t hitung, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Apabila t tabel < t hitung maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$)

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2001: 83). Multikolinearitas terjadi apabila nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2006).