

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan cara atau upaya yang dipakai peneliti dalam pengumpulan data dan menganalisis data yang diperlukan guna menjawab permasalahan yang dihadapi, penggunaan metode ini digunakan untuk menemukan dan mengumpulkan data yang valid, akurat, serta signifikan dengan masalah yang diangkat, sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*)”.¹

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, dimana penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan dan mengontrol suatu gejala.² Dalam judul penelitian ini, peneliti menjelaskan

¹ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm 11

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, cet XII, 2002), hlm 27

apakah promosi, kualitas produk halal, dan kualitas Pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴ Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, maka dibentuk sebuah perwakilan populasi. Dalam penelitian ini, besarnya sampel ditetapkan sebesar 100 responden.

3. Sampling

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability* yakni *sampling insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan/ insidental

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 2015), hlm 119

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: UPFE-UMY 2005), hlm 97

bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁵ Pertimbangan didasarkan pada kriteria dan syarat tertentu dan harus mewakili populasi yang akan diteliti. Kriteria yang akan digunakan adalah pelanggan yang berkunjung di Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung yang telah melakukan jumlah pembelian oleh konsumen minimal sebanyak 2 kali. Kriteria ini dipilih karena responden yang telah melakukan pembelian minimal sebanyak 2 kali dianggap telah menjadi pelanggan setia yang telah sering melakukan pembelian di Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh.⁶

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek diteliti. Data tersebut diperoleh langsung dari personel yang diteliti dan dapat pula dari lapangan.⁷

Yang termasuk sumber data primer yaitu :

1. Person, yaitu sumber data yang dapat memberikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara atau dalam konteks penelitian disebut informan.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm 126

⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002). Hlm 4

⁷ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm 33

2. Place, yaitu sumber data yang diperoleh dari gambaran tentang situasi kondisi yang berlangsung berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.
3. Paper, yaitu sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa huruf, angka, gambar atau simbol-simbol lain.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Sumber data sekunder dapat memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembanding.⁸ Data sekunder dapat diperoleh melalui buku-buku, *website* yang berkaitan dengan penelitian ini.⁹ Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, brosur, *website*, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya.

a. Variabel bebas (*Independent*)

- 1) Promosi (X_1), Promosi merupakan kegiatan yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat

⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Format – Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001) hlm 129

⁹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm 54 – 55

suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Sarana promosi diantaranya Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Publicity*), dan Penjualan Personal (*Personal Selling*). Sedangkan tujuan promosi adalah modifikasi tingkah laku, memberitahu, membujuk, dan mengingatkan.

- 2) Kualitas Produk Halal (X_2), merupakan *kualitas kesesuaian* atau bebas dari kerusakan dan sesuai dengan syariat agama Islam, serta konsisten dalam memberikan tingkat kinerja yang ditargetkan.. Adapun kriteria pengukuran sebagai berikut : Berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*reponsiviness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), dan Empati (*emphaty*).
- 3) Kualitas Pelayanan (X_3), merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana dapat memenuhi persyaratan pelanggan. Adapun kriteria pengukuran sebagai berikut : Kinerja (*performance*), Keistimewaan tambahan (*features*), Keandalan (*reliablity*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), Daya tahan (*durability*), Estetika (*asthetic*)

b. Variabel terikat (*dependent*)

Loyalitas Pelanggan (Y_1), adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun

pengaruh mempunyai potensi untuk menyebabkan situasi dan usaha–usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Seperti yang diungkapkan Griffin, pelanggan yang loyal memiliki karakteristik, yaitu melakukan pembelian secara teratur, membeli diluar lini produk/ jasa, merekomendasikan produk lain, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis pesaing. Tahapan dan tingkatan loyalitas yaitu, *Suspect, Prospect, Customer, Clients, Advocates, dan Partners.*

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel peneitian.¹⁰

Untuk pemberian skor skala Likert ini sebagai berikut :

- a. Jawaban SS diberi skor 5
- b. Jawaban S diberi skor 4
- c. Jawaban RR diberi skor 3
- d. Jawaban TS diberi skor 2

¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian ..., hlm 105

- e. Jawaban STS diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi diartikan sebagai pengamatan serta penyelidikan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.¹¹ Metode observasi digunakan untuk mengetahui lebih dekat dengan objek yang akan diteliti dengan kunjungan secara langsung oleh peneliti yaitu pada Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung.

c. Angket / Kuesioner

Angket / kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.¹²

¹¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research I*, (Yogyakarta: YFPF UGM, 1987), hlm 136

¹² Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Jakarta: Gaung Persada Group, 2008), hlm 77

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik tertulis gambar maupun elektronik. Dokumentasi diperlukan untuk mencari data tentang data jumlah pelanggan.

2. Data Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam.¹³ Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket.

Penelitian ini, penelitian yang menggunakan instrument berupa kuisisioner dengan menggunakan *Likert* dengan 5 opsi jawaban. Skala Likert merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatan relative lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.¹⁴

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, hlm 139

¹⁴ Husain, Usman & Setyadi, Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008.), hlm. 65

Tabel 3.1

Kisi-kisi instrumen penelitian

No	Variabel	Indikator	Item pernyataan
1.	Promosi (X ₁)	Periklanan (<i>Advertising</i>)	1. Iklan yang disampaikan Refresho lewat media sosial berkenan dihati pelanggan 2. Iklan yang disampaikan tidak berlebihan
		Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	3. Promosi yang disampaikan mempermudah pelanggan untuk mengenal produk yang ditawarkan 4. Refresho telah menjadi sponsor yang baik dalam suatu kegiatan
		Hubungan Masyarakat (<i>Publicity</i>)	5. Event-event kerjasama yang diselenggarakan oleh Refresho menambah keyakinan bagi pelanggan 6. Silaturahmi antara karyawan dan pelanggan terjalin dengan baik
		Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	7. Adanya promo spesial di Refresho membuat pelanggan tertarik 8. Penjualan langsung kepada pelanggan memberikan keyakinan bagi pelanggan untuk mencoba menu baru
2.	Kualitas Produk (X ₂)	Kinerja (<i>performance</i>)	9. Saya merasa mudah dalam memperoleh pelayanan dari pihak Refresho 10. Saya merasa puas dengan pelayanan dari pihak Refresho
		Keistimewaan tambahan (<i>features</i>)	11. Saya merasa nyaman dengan suasana saat berada di Refresho 12. Sistem pembayaran di awal memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran
		Keandalan (<i>reliability</i>)	13. Karyawan Refresho memiliki kemampuan

			<p>dalam mengolah menu yang disajikan</p> <p>14. Karyawan Refresho memiliki kreasi dan inovasi dalam menyajikan menu</p>
		Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>)	<p>15. Pelayanan Refresho yang saya rasakan selalu ada peningkatan</p> <p>16. Harga produk yang ditetapkan Refresho sudah sesuai dengan kualitas produk</p>
		Daya tahan (<i>durability</i>)	<p>17. Saya merasa menu yang disediakan di Refresho aman untuk dikonsumsi</p> <p>18. Refresho memiliki konsistensi rasa dalam menyajikan menu</p>
		Estetika (<i>asthetic</i>)	<p>19. Produk yang dihasilkan Refresho sudah sesuai dengan standar kelayakan produk</p> <p>20. Menu yang di sajikan Refresho sangat menarik</p>
3.	Kualitas Pelayanan (X_3)	Berwujud (<i>tangible</i>)	<p>21. Kemampuan karyawan melayani dengan sopan dan santun kepada pelanggan</p> <p>22. Lokasi Refresho sangat strategis dan mudah dijangkau</p>
		Keandalan (<i>reliability</i>)	<p>23. Jam operasi Refresho sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan</p> <p>24. Kasir mampu melakukan perhitungan dengan benar</p>
		Ketanggapan (<i>responsiviness</i>)	<p>25. Kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan</p> <p>26. Karyawan Refresho bersedia menerima kritik dan saran dari pelanggan</p>
		Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>)	<p>27. Kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan</p>

			<p>Refresho</p> <p>28. Pelanggan merasa aman mengkonsumsi menu di Refresho</p>
		Empati (<i>emphaty</i>)	<p>29. Kepedulian karyawan dengan memberikan perhatian yang tulus</p> <p>30. Karyawan Refresho memberikan pelayanan yang adil kepada pelanggan</p>
4.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Melakukan pembelian secara teratur	<p>31. Saya akan kembali mengunjungi Refresho dalam waktu dekat</p> <p>32. Saya tidak akan beralih ke kedai kopi lain selain kedai kopi Refresho</p>
		Membeli diluar lini produk/ jasa	<p>33. Saya akan membeli berbagai menu minuman lain yang ada di Refresho</p> <p>34. Saya akan membeli berbagai menu makanan lain yang ada di Refresho</p>
		Merekomendasikan produk lain	<p>35. Saya akan menyarankan kepada teman-teman, saudara dan kerabat saya untuk menjadi konsumen di Refresho</p> <p>36. Saya bersedia untuk memberi tahu orang lain bahwa Refresho memiliki menu yang beragam</p>
		Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis pesaing	<p>37. Saya merasa kenyamanan pelayanan oleh Refresho sangat baik sehingga saya tidak berkenan untuk pindah ke kedai kopi lain</p> <p>38. Saya tetap bersedia menjadi pelanggan Refresho meskipun kedai kopi lain menawarkan keistemawaan lain</p>

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dan responden, mentabulasi dan berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data setiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan.¹⁵ Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan dari kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson dengan cara mengkolerasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.¹⁶ Jika nilai positif dan r hitung $>$ r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, hlm 142

¹⁶ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm 51

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketetapan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran.¹⁷ Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji Asumsi Klasik terdiri dari :

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Kemudian pengolahannya menggunakan *SPSS 16.0*. Pendeteksian normalitas data apakah berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji *Komlogorov-Smirnov*. Ketentuan pengujian ini adalah jika probabilitas atau *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant (α)* maka data berdistribusi normal. Jika nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi adalah normal (simetris).¹⁸ Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, diterima H_1 jika nilai signifikansi > α dan tolak H_1 jika nilai signifikansi < α .

¹⁷ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm 132

¹⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2009), hlm 97

b. Uji *Multikolinieritas*

Uji *Multikolinieritas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

Untuk mendeteksi adanya *multikolinieritas*, Nugroho menyatakan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari *multikolinieritas*.¹⁹ VIF disini maksudnya adalah suatu estimasi berapa besar *multikolinieritas* meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa *multikolinieritas* telah menaikkan sedikit koefisien estimasi, akibatnya dapat menurunkan nilai t.

c. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *heteroskedastisitas* yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke

¹⁹ *Ibid*, hlm 78

pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Model *regresi* yang baik adalah *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas* adalah dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel. Dasar analisisnya adalah :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi *heteroskedastisitas*.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindisikan tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh / hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.²⁰ Analisis *regresi* linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu promosi (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut :

²⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis..., hlm 109

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien korelasi ganda

x_1 = Promosi

x_2 = Kualitas Produk

x_3 = Kualitas Pelayanan

e = *errof of term*

4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar bisa ditarik suatu konsekuensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian (testing) tentang kebenarannya dengan mempergunakan fakta-fakta (data) yang ada.²¹ Hipotesis juga sering dikatakan dengan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan $\alpha = 5\%$

²¹ J. Supranto, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1990), hlm 33

a. Uji t – test

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial atau terpisah terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung. Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung.
2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 tidak dapat diterima, artinya variabel promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung.

b. Uji F

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan (uji F) dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda maka masing-masing variabel independen yaitu promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan mempengaruhi variabel dependen loyalitas pelanggan yaitu kepuasan konsumen yang dinyatakan dengan R^2 untuk menyatakan koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan r^2 untuk menyatakan koefisien determinasi parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Semakin mendekati 0, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan koefisien determinasi mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel terikat. Angka dari R square didapat dari pengolahan data melalui program SPSS yang bisa dilihat pada tabel model *summary* kolom *R square*.