

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan 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. Pendapat lain mengatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya.²

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *asosiatif* (hubungan) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (kausal), yaitu hubungan yang bersifat memengaruhi dua variabel atau lebih. variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat

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

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 12

sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini yaitu dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel X ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$)

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi adalah sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh sebab itu, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah member muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.

2. Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel, dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive sampling, dengan menggunakan purposive sampling

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung : Alfabeta, 2002), hal. 57

pengambilan sampel populasi dilakukan dengan kriteria tertentu dalam populasi tersebut. Jadi sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁴ Sehingga dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan oleh peneliti adalah ditentukan kriterianya yaitu konsumen muslim yang menjadi member Global Futsal Ketanon Tulungagung serta telah melakukan persewaan lapangan futsal minimal sebanyak 3 kali.

3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵ Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu 43 responden yang sesuai dengan kriteria penetapan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sumber data primer dan sumber data sekunder :

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (MIXED METHODS)*, (Bandung : ALFABETA, 2015), hlm. 126

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, CV, 2007), hal. 73

- a. Data Primer yaitu data yang didapat dari sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.⁶ Jenis data ini sering disebut dengan istilah data mentah berupa hasil Angket dengan responden konsumen Global Futsal Ketanon Tulungagung. 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.
 - 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. Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini data sekunder berupa catatan yang dimiliki Global Futsal Ketanon Tulungagung seputar tim atau konsumen yang dimilikinya.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

⁶ Burhan, Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya : Airlangga University Press, 2001), hal. 63

sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya.

1) Variabel Bebas (Independen)

- a. Bauran Pemasaran (X_1), merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran yang alatnya di perluas lagi dalam memenuhi target pasarnya. Adapun kriteria pengukuran sebagai berikut : produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), distribusi (*place*), sarana fisik (*physical evidence*), orang (*people*), proses (*process*).
- b. Kualitas Pelayanan (X_2), merupakan gabungan dari kepuasan pribadi dan karakteristik yang memenuhi persyaratan pelanggan. Adapun kriteria pengukuran adalah : Daya Tanggap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), Perhatian (*Emphaty*), Kemampuan Fisik (*Tangibles*).

2) Variabel Terikat (Dependen)

Loyalitas Konsumen (Y), Loyalitas dipandang sebagai hubungan yang erat antara sikap dan relative dengan perilaku pembelian ulang. Loyaliyas merupakan salah satu bentuk perilaku yang menguntungkan (*favorable behavioral intention*) dari pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk (barang/jasa).

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.⁷ Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.⁸

Untuk pemberian skor skala Likert ini sebagai berikut :

- a. Jawaban SS : Sangat Setuju, diberi skor 5
- b. Jawaban S : Setuju, diberi skor 4
- c. Jawaban RR : Ragu-Ragu, diberi skor 3
- d. Jawaban TS : Tidak Setuju, diberi skor 2
- e. Jawaban STS : Sangat Tidak Setuju, diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data atau metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 105

⁸ Ibid, hal. 107

menghimpun data. Teknik atau cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti.⁹ Dalam penelitian ini langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah melakukan pengamatan pada lokasi penelitian yaitu Global Futsal Ketanon Tulungagung, kemudian peneliti melakukan pengamatan secara sistematis, pelaksanaannya fokus pada yang ingin diteliti melalui pengamatan yang telah disusun secara rinci berdasarkan kategori masalah yang ingin diteliti.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam bentuk metode survey yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Wawancara disini ditujukan kepada pihak Global Futsal Ketanon Tulungagung.

c. Kuesioner atau Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan

⁹ Burhan Bengin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Prenada Media : 2005). hal. 134.

tertulis kepada responden untuk dijawabnya¹⁰. Dalam penelitian ini, angket diberikan kepada member muslim Global futsal secara langsung untuk memperoleh data yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen muslim di Global Futsal ketanon Tulungagung.

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen baik tertulis, gambar maupun elektronik.

2. Instrumen Penelitian

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 atau angket. Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat dijawab dibawah pengawasan peneliti.¹¹

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (MIXED METHODS)*, (Bandung : ALFABETA, 2015), hal. 193

¹¹ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 83.

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Jumlah butir	Instrumen
1.	Bauran Pemasaran (X_1) ¹²	Produk	1	Pernyataan 1
		Harga	1	Pernyataan 2
		Tempat/Distribusi	1	Pernyataan 3
		Promosi	1	Pernyataan 4
		Orang	1	Pernyataan 5
		Sarana Fisik	1	Pernyataan 6
		Proses	1	Pernyataan 7
2.	Kualitas Pelayanan (X_2) ¹³	Daya Tanggap	1	Pernyataan 8
		Kehandalan	2	Pernyataan 9, 10
		Jaminan	2	Pernyataan 11, 12
		Perhatian	1	Pernyataan 13
		Kemampuan Fisik	1	Pernyataan 14
3.	Loyalitas Konsumen (Y) ¹⁴	Melakukan pembelian secara teratur (<i>Makes regular repeat purchases</i>)	2	Pernyataan 15,16
		Membeli diluar lini produk/jasa (<i>Purchases across product and service line</i>)	1	Pernyataan 17
		Merekomendasikan produk pada lain (<i>refers other</i>)	2	Pernyataan 18,19

¹² Ratih Hurriyaty, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabeta, 2010), hal 89.

¹³ Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2002), hal. 88

¹⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran* hal. 130

		Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing <i>(Demonstrates an immunity to the full of the competition)</i>	2	Pernyataan 20,21
--	--	---	---	------------------

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, yaitu regresi dimana variabel terikat dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas dan masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linier.¹⁵ Jadi apabila ada lebih dari satu variabel bebas maka yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis jenis ini sering digunakan dalam penelitian bisnis, karena umumnya variabel yang dianalisis secara bersama lebih dari satu variabel bebas. Seperti yang telah dijelaskan maka variabel terikat yaitu Loyalitas Konsumen Muslim Global Futsal dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan.

Data yang telah dikumpulkan (data mentah) kemudian diolah. Pengolahan data dimaksudkan sebagai suatu proses untuk memperoleh data ringkasan dari data mentah dengan menggunakan rumus tertentu.

¹⁵ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hal. 134

Data ringkasan yang diperoleh dari pengolahan data itu berupa jumlah (*total*), rata-rata (*average*), presentase (*percentage*), dan sebagainya.¹⁶

Kegiatan dalam analisa data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angka yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan :

1. Pengukuran variabel

Pengukuran terhadap variabel dalam penelitian adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket yang dibagikan kepada responden yaitu konsumen yang kemudian disusun berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut. Responden yang diteliti kemudian memilih tingkat jawaban yang disediakan oleh peneliti. Beberapa prosedur pengukuran data variabel dengan menggunakan pengelolaan data sebagai berikut :

a. Editing

Editing merupakan kegiatan memeriksa data yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya data yang terhimpun terkadang belum memenuhi harapan peneliti, ada diantaranya

¹⁶ Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hal. 18

kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan bahkan terlupakan.

b. Coding

Coding merupakan pemberian tanda kode agar mudah memeriksa jawaban. Dalam penelitian ini berikut adalah kode pada setiap variabel, yaitu :

- 1) Data tentang bauran pemasaran (X_1)
- 2) Data tentang kualitas pelayanan (X_2)
- 3) Data tentang loyalitas konsumen (Y)

c. Scoring

Scoring merupakan kegiatan memberikan angka dan data yang dikuantifikasikan dan menghitungnya untuk jawaban setiap responden. Untuk skor dari jawaban setiap pernyataan ditentukan sesuai dengan tingkat pilihan dari peneliti. Pemberian skor terhadap pemilihan jawaban adalah sebagai berikut :

- 1) Skor 5 bila jawaban angket memilih alternatif SS (Sangat Setuju)
- 2) Skor 4 bila jawaban angket memilih alternatif S (Setuju)
- 3) Skor 3 bila jawaban angket memilih alternatif RG (Ragu)
- 4) Skor 2 bila jawaban angket memilih alternatif TS (Tidak Setuju)
- 5) Skor 1 bila jawaban angket memilih alternatif STS (Sangat Tidak Setuju)

d. Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis untuk mengolah dan membuat analisis terhadap data sebagai dasar bagian penarikan kesimpulan. Analisis yang dimaksud adalah dengan memberikan perhitungan secara statistik terhadap data yang masuk.

2. Uji Validitas

Data dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner diuji terhadap faktor terkait. Uji Validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.¹⁷

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 144-145

3. Uji Reabilitas

Reabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1.¹⁸

Jika skala itu dikelompokkan dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai *alpha cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5. Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum analisis regresi berganda dilakukan, maka harus melaksanakan persyaratan pada uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu perlu diadakan beberapa uji yaitu :

¹⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*, (Jakarta : Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Sedangkan menurut Agus Eko Sujianto Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.¹⁹

Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*²⁰. Kriteria dari *Kolmogorow-Smirnov* yaitu :

- a) Nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, distribusi data tidak normal.
- b) Nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas $> 0,05$, distribusi data adalah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan adanya linier yang “sempurna” diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Metode ini guna mendeteksi adanya multikolinieritas dalam penelitian menggunakan tolerance dan variance inflation factor (VIF). Uji ini bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel-variabel

¹⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 77

²⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 78

bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas/ variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal²¹. Dalam uji multikolinearitas, antara variabel-variabel bebas dikatakan baik apabila variabel tersebut tidak memiliki suatu hubungan atau korelasi untuk memastikan bahwa hasil pengujian adalah valid.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi berarti terdapatnya korelasi antara anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh datum sebelumnya. Autokorelasi muncul pada regresi yang menggunakan data berskala. Untuk mengetahui suatu persamaan regresi ada atau tidak terjadi korelasi dapat diuji dengan *Durbin Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut²² :

- 1) Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$)
- 2) Terjadi autokorelasi, jika berada diantara -2 atau +2 atau $-2 \leq DW \leq 2$

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed.7*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2013), hal. 10

²² Ali Maulidi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta : Alim's Publishing, 2016), hal. 203

- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW diatas -2 atau DW > -2

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual atau pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data cross section pada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola tertentu pada grafik. Dasar pengambilan keputusan²³ :

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

Atau pengujian dengan menggunakan Glejser, pengujian dengan menggunakan glejser dilakukan dengan meregresikan

²³ Imam Ghozali, *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM spss 19*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, cet v, 2011), hal. 91

variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Residual adalah selisih antara nilai observasi dengan nilai prediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya.

5. Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.²⁴ Setelah diperoleh data penelitian berupa jawaban dari responden atas kuesioner yang telah dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat Loyalitas Konsumen

a = Bilangan Konstanta

b₁ b₂ = Koefisien Variabel

X₁ = Variabel Bauran Pemasaran

X₂ = Variabel Kualitas Pelayanan

e = *error of term*

²⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 56

6. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran rumusan masalah harus dibuktikan melalui data yang sudah diperoleh atau dikumpulkan. Untuk menguji hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan $\alpha = 5\%$. Dapat dengan cara lain yaitu uji t. Uji t adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan yang meyakinkan dari dua mean sampel.²⁵

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji t

Uji t dapat digunakan untuk mengetahui apakah Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen Muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.

- 1) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.

²⁵ Hartono, *SPSS 16,0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), hal. 146

2) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.

b. Uji F

Uji F dapat digunakan untuk mengetahui apakah Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen Muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.

1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.

2) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_1), artinya variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.

Pada penelitian ini, analisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrumen sampai dengan uji F peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan *aplikasi* SPSS 16.0

7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen²⁶. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. nilai koefisiensi determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah :

$$R^2 = (r^2)$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed.7*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2013), hal. 83