BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian dalam memperoleh data pada penelitian ini yaitu AHASS BLPT yang berlokasi di Jalan Kyai Mojo No. 70 Yogyakarta.

3.2 Gambaran Umum Perusahaan

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah suatu bengkel yang bekerja sama dengan BLPT (Balai Latihan Pendidikan Teknik) yaitu AHASS BLPT (Astra Honda Authorized Service Station). Peneliti memfokuskan pada kualitas layanan dari bengkel AHASS BLPT Yogyakarta terhadap loyalitas konsumennya. Dalam hal ini peneliti menentukan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan metode penyebaran kuesioner dilakukan selama kurang lebih 3 minggu. Penelitian dilakukan mulai tanggal 10 Maret sampai dengan 28 Maret 2006.

3.2.2 Profil Perusahaan

3.2.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bengkel AHASS BLPT Yogyakarta adalah suatu unit produksi dinas pendidikan, karena AHASS BLPT menjalin kerjasama dengan BLPT (Balai Latihan Pendidikan Teknik).

Hasil produksi dari BLPT cukup banyak diantaranya: *maintenance*, bangunan, *rally* dan AHASS BLPT itu sendiri. Bengkel AHASS BLPT merupakan hibah dari YDBA (Yayasan Dana Bakti Astra), dikelola oleh kepala administrasi yang bernama Budi Wijono. Bengkel AHASS BLPT berlokasi di pinggir jalan utama Yogyakarta tepatnya di jalan Kyai Mojo No. 70, bengkel ini berdiri pada bulan September tahun 1997. Karena bengkel ini merupakan hibah dari Yayasan Dana Bakti Astra maka kebutuhan perlengkapan – perlengkapan ataupun *spare part* didapatkan langsung dari ASTRA.

Jumlah karyawan Bengkel AHASS BLPT Yogyakarta berjumlah 6 orang yang terdiri dari 1 kepala bengkel, 1 kepala administrasi dan 4 mekanik. Pengguna layanan dari bengkel AHASS BLPT Yogyakarta mencakup semua kalangan baik itu kalangan bawah, menengah, ataupun atas.

Semenjak pertama kali bengkel ini dibuka sampai dengan sekarang bengkel ini sedikit demi sedikit mengalami perubahan meskipun tidak banyak. Diantaranya, lantai bengkel yang tadinya masih semen mulai dikeramik, sedangkan untuk kelengkapan peralatan dan spare part mengikuti standarisasi dari ASTRA,

kelengkapan peralatan dan spare part yang ada biasanya mengikuti kemajuan jaman.

3.2.2.2 Lokasi Perusahaan

Lokasi bengkel AHASS BLPT Yogyakarta berada dipinggir jalan utama yaitu di Jalan Kyai Mojo No. 70 Yoyakarta. Lokasi ini ditentukan langsung dari ASTRA karena merupakan hibah. Lokasi bengkel ini cukup strategis karena tidak jauh dari pusat kota dan merupakan salah satu lingkungan bisnis yang bergerak di bidang otomotif seperti toko variasi mobil, spesialis cover jok mobil, dan masih di lingkungan BLPT sendiri terdapat bengkel mobil.

3.2.2.3 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan sangat diperlukan suatu perusahaan agar perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien diantaranya dalam hal operasional dan biaya, dengan adanya struktur perusahaan yang jelas maka setiap individu dapat memperoleh kejelasan mengenai tugas, tanggung jawab dan wewenangnya masing – masing, sehingga orang – orang didalam suatu perusahaan tersebut bisa terkoordinasi dengan baik. Dengan

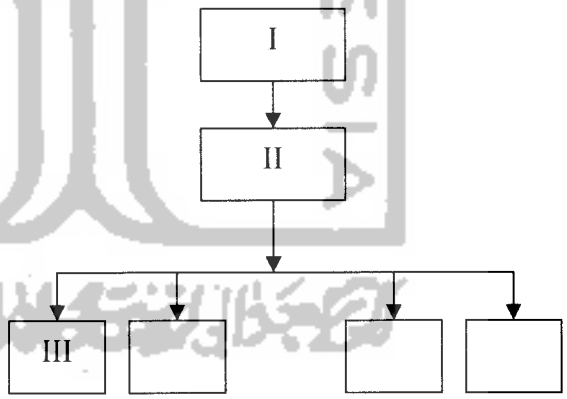
demikian apa yang menjadi tujuan individu maupun tujuan perusahaan bisa sama – sama tercapai

Dalam struktur organisasi AHASS BLPT Yogyakarta yang melakukan semua keputusan manajemen AHASS BLPT baik yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian dan pengawasan adalah kepala bengkel.

Pada Bengkel AHASS BLPT Yogyakarta terdapat 6 orang yang terdiri dari 1 kepala bengkel, 1 kepala administrasi dan 4 mekanik.

Struktur organisasi Bengkel AHASS BLPT Yogyakarta adalah sebagai berikut:

Gambar 2.



Keterangan:

I Kepala Bengkel AHASS

II Kepala Administrasi

III Mekanik

Definisi tugas dan wewenangnya adalah sebagai berikut:

I Kepala Bengkel AHASS

Bertugas memimpin dan bertanggung jawab terhadap pengambilan keputusan manajemen perusahaan, diantaranya perencanaan, pengawasan aktivitas perusahaan.

II Kepala Administrasi

Bertugas menangani masalah – masalah keuangan seperti: melayani setiap pembayaran konsumen, bertugas mencatat pengeluaran dan pemasukan anggaran biaya perusahaan, menyusun laporan keuangan perusahaan dan menangani pembayaran gaji karyawan.

III Mekanik

Bertugas menangani segala kegiatan yang berhubungan dengan pelayanan kendaraan konsumen seperti perbaikan dan pengecekan.

3.2.2.4 Pelayanan yang Diberikan

Bagi bengkel AHASS BLPT Yogyakarta prioritas yang paling utama adalah kualitas pelayanan,sedangkan yang kedua adalah dari sisi harga.

"20 POIN SERVICE" AHASS BLPT Yogyakarta:

1. Pemeriksaan/ penambahan pelumas
2. Pemeriksaan saringan oli
3. Pemeriksaan/ penyetelan kopling
4. Pemeriksaan/ penyetelan renggang klep
5. Pembersihan/ penyetelan karburator
6. Pemeriksaan saluran bahan bakar
7. Pemeriksaan/ pembersihan busi
8. Pembersihan saringan udara
9. Pemeriksaan/ pelumasan rantai roda
10. Pemeriksaan/ penyetelan air aki
11. Pemeriksaan/ penambahan tekanan angin
12. Pemeriksaan suspensi depan dan belakang
13. Pemeriksaan lampu dan klakson
14. pemeriksaa/ penambahan air aki
15. Pemeriksaan/ penyetelan *switch* rem
16. Pemeriksaan air radiator (khusus yang menggunakan radiator)
17. Pemeriksaan/ penambahan minyak rem depan
18. Pemeriksaan/ peyetelan putaran gas tangan
19. Pemeriksaan pergerakan bebeas stang kemudi
20. Pemeriksan/ pengencangan mur dan baut

Layanan yang ada di bengkel AHASS BLPT didukung dengan adanya:

1. Mekanik yang ahli dan terampil
2. Peralatan standard "Bengkel Resmi Honda"
3. Bengkel bebas polusi
4. Standard pelayanan "20 POIN SERVICE"
5. Jaminan keaslian suku cadang "*Honda Genuine Parts*"
6. Garansi *service*:
   - 500 km/ 1 minggu: *service tune up*
   - 1000 km/1 bulan: *heavy repair*

Service yang disediakan AHASS BLPT Yogyakarta dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

1) Service Berat: turun mesin, *tune up*

2) Service Ringan :ada pada "20 POIN SERVICE"

3) Service Lain - lain: pemasangan *spare part*

Fasilitas yang disediakan bagi konsumen/ pelanggan:

1. TV
2. Koran, majalah
3. Kipas Angin

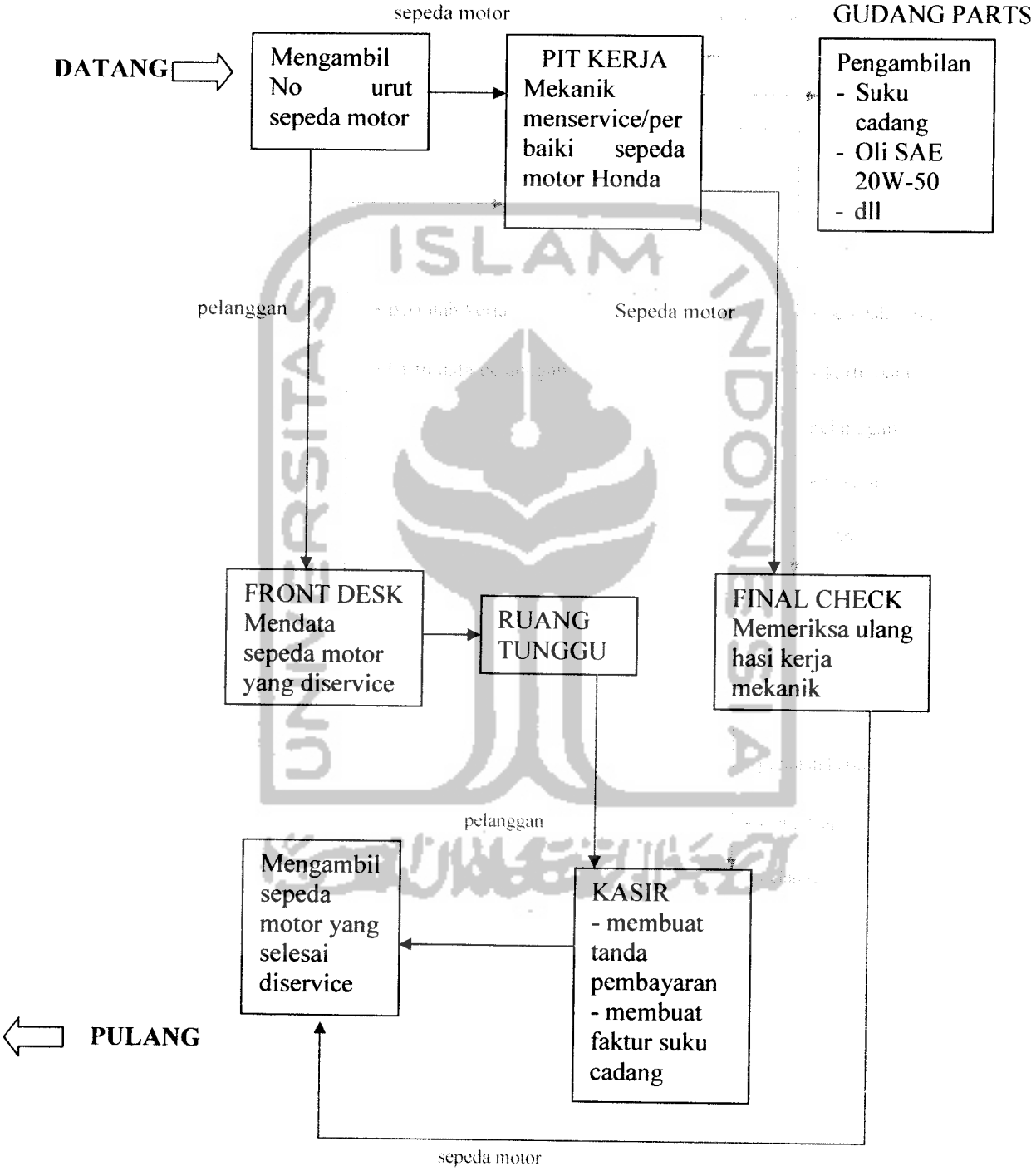
4. Air mineral

3.2.2.5 Alur Kerja

Agar semua kegiatan dapat terkoorninasi dengan baik maka perlu ditetapkan alur kerja.

Alur Kerja Bengkel Honda AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) adalah sebagai berikut:

Gambar 3:


sepeda motor
GUDANG PARTS
DATANG
Mengambil No urut sepeda motor
PIT KERJA Mekanik menservice/perbaiki sepeda motor Honda
Pengambilan
- Suku cadang
- Oli SAE 20W-50
- dll
pelanggan
Sepeda motor
FRONT DESK Mendata sepeda motor yang diservice
RUANG TUNGGU
FINAL CHECK Memeriksa ulang hasi kerja mekanik
pelanggan
Mengambil sepeda motor yang selesai diservice
KASIR
- membuat tanda pembayaran
- membuat faktur suku cadang
PULANG
sepeda motor

3.3 Variabel Penelitian

3.3.1 Varibel Independen atau Bebas : kualitas jasa (X)

Kualitas jasa merupakan evaluasi terfokus yang merefleksikan persepsi *customer* pada 5 dimensi spesifik jasa meliputi:

X1: Keandalan (*Reliability*)

mencakup: kualitas dan kinerja karyawan.

X2: Daya Tanggap (*Responsiveness*)

mencakup: kecepatan pelayanan, kesiapan karyawan dalam memberikan bantuan serta daya tanggap dalam memberikan pelayanan.

X3: Jaminan (*Assurance*)

Mencakup: pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya.

X4: Empati (*Emphaty*)

Mencakup: kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

X5: Bukti Fisik (*Tangibles*)

Mencakup: fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi (Philip Kotler, 1999: 561).

.

3.3.2 Variabel Dependen atau Terikat (Y): loyalitas

Loyalitas yaitu keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama dengan membeli dan menggunakan jasa tersebut secara berulang – ulang. Konsumen dengan sukarela pula merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman – teman dan rekan – rekannya, sehingga menimbulkan perasaan tidak senang apabila terdapat pernyataan yang tidak baik mengenai perusaahan dan secara tidak langsung konsumen telah melakukan pembelaan terhadap perusahaan tersebut. (Christopher H. Lovelock, Lauren K.Wright, 2005: 133)

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Kualitas jasa

Merupakan evaluasi terfokus yang merefleksikan persepsi *customer* pada 5 dimensi spesifik jasa (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangibles)*.

3.4.2 Loyalitas

Loyalitas yaitu keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama dengan membeli dan menggunakan jasa tersebut secara berulang – ulang. Konsumen dengan sukarela pula merekomendasikan produk

perusahaan tersebut kepada teman – teman dan rekan – rekannya, sehingga menimbulkan perasaan tidak senang apabila terdapat pernyataan yang tidak baik mengenai perusaahan dan secara tidak langsung konsumen telah melakukan pembelaan terhadap perusahaan tersebut. (Christopher H. Lovelock, Lauren K.Wright, 2005: 133)

3.4.3 Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat seperti kualitas karyawan, kinerja karyawan, dan staff.

3.4.4 Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap adalah kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan segera seperti kecepatan pelayanan, kesiapan karyawan, dan staff dalam memberikan bantuan serta daya tanggap dalam memberikan pelayanan.

3.4.5 Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah pemilikan *skill* dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengerjakan jasa sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan seperti reputasi perusahaan dan jaminan keamanan.

3.4.6 Empati (*Emphaty*)

Empati adalah kesediaan untuk memberikan perhatian pribadi dan melakukan upaya untuk mengenali kebutuhan konsumen. Hal ini

meliputi perhatian, keramahan, keahlian, pemahaman terhadap konsumen.

3.4.7 Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik merupakan penampilan elemen – elemen fisik, peralatan dan teknologi seperti fasilitas *ATM*, gedung, tempat parkir, jaringan *online*, ruang tunggu. (Parasuraman, 1985, dikutip oleh Fandy Tjiptono,2002: 26).

3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Ialah data yang didapat langsung dari sumber tertentu, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya.

a. Kuesioner

Dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan informasi yang diharapkan

b. Wawancara

Memperoleh data dengan cara melakukan tanya jawab dengan pihak perusahaan.

c. Observasi

Pengumpulan data dengan observasi dijalankan dengan mengamati dan mencatat pola perilaku orang, obyek, atau

kejadian-kejadian melalui cara yang sistematis (Istijanto, M.M., M.Com, 2005: 58).

3.5.2 Data Sekunder

Ialah data yang diperoleh peneliti dari literatur-literatur yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.6 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah himpunan semua individu yang dapat atau yang mungkin akan memberikan data dan informasi untuk suatu penelitian (Gusti Ngurah agung, 2003: 1) ,populasinya mencakup semua konsumen yang sedang membeli jasa dan besarnya tidak tentu karena berubah-ubah.

Populasi dari obyek penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan bengkel AHASS BLPT Yogyakarta.

b. Sampel

Sampel ialah bagian yang dipilih dari populasi itu sendiri dan jumlahnya terbatas. Dalam pengambilan sampel digunakan metode *non probability* sampling yaitu *convenience sampling*. Melalui metode ini, penulis menarik anggota populasi berdasarkan kemudahannya ditemui atau ketersediaan anggota populasi tertentu saja. Responden seringkali dipilih

karena keberadaan mereka pada waktu dan tempat dimana riset sedang dilakukan (Istijanto, M.M., M.Com, 2005: 120).

Rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya sampel adalah: (Singarimbun & Effendi, 1989)

$$n = \left(\frac{Z\alpha / 2\delta}{E} \right)^2$$

Dimana:

n = banyaknya smpel yang diperlukan

Z = *confidence coefficient*

δ = deviasi standar populasi

E = besarnya kesalahan yang diterima

α = tingkat konfidensi yang digunakan

Penentuan sampel dalam penelitian ini mengggunakan taraf nyata α 5%, maka $Z\alpha/2 = Z$ 0,05/2 ,maka $Z =$ 0,025 ,jadi daerah antara 0 sampai Z adalah 0,5 – 0,025 = 0,475

Jadi Z = 1,96

Standar deviasi yang digunakan adalah 0,5

Besarnya penyimpangan E yang dipakai adalah 10%

Jadi perhitungannya adalah:

$$n = \left(\frac{1{,}96x0{,}5}{0{,}10}\right)^2$$

$$= \left(\frac{0{,}98}{0{,}10}\right)^2$$

$$= 96{,}04$$

96,04 dibulatkan menjadi 96, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 96 orang.

3.7 Instrumen atau Alat Pengumpul Data

3.7.1 Instrumen

3.7.1.1 Uji validitas instrument

Validitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukur tersebut benar-benar mengukur suatu yang perlu diukur. Cara mencari validitas adalah dengan menghitung korelasi antara skor

item dengan skor total (Sutrisno Hadi, 1991: 23). Dengan metode korelasi Pearson yang rumusnya adalah:

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X.\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor butir (X) dengan skor variabel (Y)

n = Jumlah responden uji coba

ΣX = Jumlah skor butir (X)

ΣY = Jumlah skor variabel (Y)

ΣX^2 = Jumlah skor butir (X) kuadrat

ΣY^2 = Jumlah skor butir (Y) kuadrat

Untuk membantu menganalisis uji validitas dan reliabilitas menggunakan program komputer SPSS dengan memakai 30 sampel. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid mempunyai validitas rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya data validitas instrument menunjukan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Maka dilakukan analisis dengan menggunakan korelasi *Pearson*. Cara

mencari validitas adalah dengan menghitung korelasi antara skor item dengan skor total (*total score item*).

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai koefisien korelasi *Pearson* angka skor masing – masing item dengan angka skor total dari keseluruhan item sbb (lampiran):

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas

Keandalan (*Reliability*)

Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,859	0,306	Valid
2	0,751	0,306	Valid
3	0,805	0,306	Valid
4	0,808	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,928	0,306	Valid
2	0,947	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Jaminan (*Assurance*)

Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,807	0,306	Valid
2	0,836	0,306	Valid
3	0,799	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Empati (*Emphaty*)

Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,850	0,306	Valid
2	0,914	0,306	Valid
3	0,878	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Bukti Fisik (*Tangibles*)

Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,847	0,306	Valid
2	0,810	0,306	Valid
3	0,918	0,306	Valid
4	0,867	0,306	Valid
5	0,954	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Loyalitas

Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,854	0,306	Valid
2	0,872	0,306	Valid
3	0,822	0,306	Valid
4	0,829	0,306	Valid
5	0,824	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Dari Tabel 1. diperoleh distribusi R dengan menggunakan n = 30 ; α = 0,05 ; R = 0,306

Kesimpulan =

Rh > Rt ini berarti data yang diperoleh adalah valid.

Rh < Rt ini berarti data yang diperoleh adalah tidak valid.

3.7.1.2 Uji reliabilitas instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Uji reliabilitas atas setiap butir pertanyaan angket

dilakukan dengan metode Alpha Cronbach (α) karena butir pertanyaan menggunakan pengukuran skala. Rumusnya ialah:

$$r = \left(\frac{K}{K-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t}\right)$$

ket:

r = reliabilitas instrumen

K = banyak butir pertanyaan

$\sigma^2 t$ = varians total

$\sum \sigma^2 b$ = jumlah varians butir

Uji ini diolah setelah uji validitas dilakukan pada pertanyaan yang sudah memiliki validitas

Uji reliabilitas atas setiap butir pertanyaan angket dilakukan dengan metode Alpha Cronbach (α) dengan tingkat signifikasi 5 %, apabila r hitung > r tabel maka kuesioner tersebut reliabel.

Tabel 3.2

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No.	Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
1.	Keandalan *(Reliability)*	0,8175	Reliabel
2.	Daya Tanggap *(Responsiveness)*	0,8576	Reliabel
3.	Jaminan *(Assurance)*	0,7419	Reliabel
4.	Empati *(Emphaty)*	0,8513	Reliabel
5.	Bukti Fisik *(Tangibles)*	0,9266	Reliabel
6.	Loyalitas	0,8957	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (Lampiran)

Berdasarkan hasil olah data, diperoleh koefisien hitungnya > r tabel , r tabel sebesar 0,306 . Koefisien Alpha didapat dari hasil olah data (terlampir). Oleh karena itu kuesioner untuk data penelitian dinyatakan reliabel.

3.7.2 Bentuk Alat Pengumpul Data

3.7.2.1 Kuesioner

Yaitu berupa susunan pertanyaan yang diberikan pada responden.

3.7.2.2 Skala Likert

Skala ini meminta responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap serangkaian pertanyaan tentang suatu obyek (Istijanto, M.M., M.Com, 2005: 88).

Skala penilaian untuk kualitas pelayanan dan loyalitas:

- Sangat Setuju (SS) diberi bobot 5
- Setuju (S) diberi bobot 4
- Cukup (C) diberi bobot 3
- Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1

3.8 Teknik Analisis

3.8.1 Analisis Kualitatif

Yaitu analisis yang didasarkan pada hasil jawaban dari responden dengan menggunakan tabulasi data, membaca tabel-tabel, grafik atau angka-angka yang tersedia, kemudian dilakukan penguraian dan penafsiran.

3.8.2 Analisis Kuantitatif

Analisis yang dilaksanakan berdasarkan pada analisis data kualitatif kemudian dianalisa lebih lanjut yaitu dengan cara menganalisis data-data yang diperoleh menurut statistik. Analisis yang digunakan yaitu (Sudjana, 2002: 69):

3.8.2.1 Metode Regresi Linear Berganda

Digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen pada jasa bengkel AHASS BLPT Yogyakarta.

Langkah-langkahnya adalah:

a) Merumuskan hipotesis I

$Ho = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_0$

Diduga ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas jasa (X) terhadap loyalitas konsumen (Y).

$H_1 = b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$

Diduga ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas jasa (X) terhadap loyalitas konsumen (Y).

b) Analisa regresi linear berganda

Persamaannya yaitu:

$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$

Dimana:

Y	=	variabel loyalitas
a	=	konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	=	koefisien regresi yang ditaksir dengan n buah pasangan data yang akan didapat dari persamaan

X_1 = dimensi keandalan

X_2 = dimensi daya tanggap

X_3 = dimensi jaminan

X_4 = dimensi empati

X_5 = dimensi berwujud atau bukti fisik

c) Uji keberartian (linieritas) regresi linear berganda

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji keberartian regresi linear berganda dirumuskan:

$$F_{hitung} = \frac{JK(\text{Re}\,gresi)/k}{JK(S\tan darError)/(n-k-1)}$$

Dimana:

JK = jumlah kuadrat

k = variabel penelitian

n = jumlah data

2. Kriteria uji keberartian (signifikan) dengan menggunakan uji F.

i. Jika F hitung > F tabel (α = 5%), dengan dk pembilang tertentu dan dk penyebut tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa regresi linear berganda berarti (signifikan).

ii. Analisa pengaruh kualitas jasa secara serentak/ bersama-sama terhadap loyalitas karyawan, yaitu dengan menghitung:

a. Koefisien determinasi (R^2) dengan rumus:

$$R = \frac{JK(regresi)}{\Sigma y^2}$$

Dimana:

R = koefisien determinasi (besarnya pengaruh variabel kualitas jasa secara serentak/bersama-sama terhadap variabel loyalitas konsumen.

$JK(regresi)$ = jumlah kuadrat regresi

Σy^2 = jumlah kuadrat total regresi dikoreksi

b. Uji keberartian koefisien determinasi dengan uji F

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

3.8.2.2 Metode Korelasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan antara satu variabel (X) terhadap variabel (Y), jika variabel (X) yang lain dianggap konstan (dikontrol).

Jika dalam perhitungan koefisien korelasi parsial tidak ada variabel yang dikontrol, maka disebut koefisien korelasi parsial jenjang nihil.

Jika dalam perhitungan koefisien korelasi parsial ada satu variabel yang dikontrol, maka disebut koefisien korelasi parsial jenjang pertama.

Jika dalam perhitungan koefisien korelasi parsial ada dua variabel yang dikontrol, maka disebut koefisien parsial jenjang kedua, demikian seterusnya sampai jenjang keberapapun.

Contoh penulisan korelasi parsial:

- Jenjang nihil = r_{xy}
- Jenjang pertama = r_{y1-2} (koefisien korelasi antara variabel X_1 dengan Y, dimana variabel X_2 dikontrol).

  r_{y2-1} (koefisien korelasi antara variabel X_2 dengan Y, dimana variabel X_1 dikontrol).

- Jenjang kedua = r_{y1-23} (koefisien korelasi antara variabel X_1 dengan Y, dimana variabel X_2 dan X_3 dikontrol).

  r_{y2-13} (koefisien korelasi antara variabel X_2 dengan Y, dimana variabel X_1 dan X_2 dikontrol) dan seterusnya.

Sedangkan langkah-langkah untuk mengetahui faktor kualitas jasa yang paling dominan mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu (Zainal Mustafa, 1990: 138):

a. Merumuskan hipotesis kedua

$H_0 : b_1 = 0$ (diduga tidak terdapat pengaruh dari dimensi keandalan terhadap loyalitas konsumen).

$H_1 : b_1 \neq 0$ (diduga terdapat pengaruh dari dimensi keandalan terhadap loyalitas konsumen).

$H_0 : b_2 = 0$ (diduga tidak terdapat pengaruh dari dimensi daya tanggap terhadap loyalitas konsumen).

$H_1 : b_2 \neq 0$ (diduga terdapat pengaruh dari dimensi daya tanggap terhadap loyalitas konsumen).

$H_0 : b_3 = 0$ (diduga tidak terdapat pengaruh dari dimensi keyakinan terhadap loyalitas konsumen).

$H_1 : b_3 \neq 0$ (diduga terdapat pengaruh dari dimensi keyakinan terhadap loyalitas konsumen).

$H_0 : b_4 = 0$ (diduga tidak terdapat pengaruh dari dimensi empati terhadap loyalitas konsumen).

$H_1 : b_4 \neq 0$ (diduga terdapat pengaruh dari dimensi empati terhadap loyalitas konsumen).

$H_0 : b_5 = 0$ (diduga tidak terdapat pengaruh dari dimensi berwujud atau bukti fisik terhadap loyalitas konsumen).

$H_1 : b_5 \neq 0$ (diduga terdapat pengaruh dari dimensi berwujud atau bukti fisik terhadap loyalitas konsumen).

b. Membuktikan hipotesis kedua dengan menentukan koefisien korelasi parsial dengan rumus:

$$r_{y1-23..k} = \frac{r_{y1-23..(k-1)} - [r_{yk-23..(k-1)}][r_{1k-23..(k-1)}]}{\sqrt{1 - r^2_{yk-23..(k-1)}][1 - r^2_{1k-23..(k-1)}]}}$$

Dengan demikian variabel mana yang lebih dominan dapat diketahui.