

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Merujuk pada pandangan Sugiyono (2019), metode penelitian didefinisikan sebagai langkah ilmiah untuk mendapatkan data yang memiliki tujuan dan signifikansi spesifik. Dalam studi ini, pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif digunakan. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2022), pendekatan kuantitatif yang berlandaskan paradigma positivisme diterapkan untuk menginvestigasi populasi maupun sampel tertentu.

Data diperoleh melalui penggunaan instrumen penelitian, kemudian diproses menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah disusun. Selanjutnya, keterkaitan antara dua variabel atau lebih diidentifikasi dan dianalisis melalui penelitian asosiatif (Sugiyono, 2022).

3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2020–2023), objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu mengenai suatu hal, yang mencakup sifat atau karakteristik dari manusia, benda, maupun kegiatan yang beragam. Menurut Ridwan Karim (2021), objek penelitian merupakan sasaran persoalan yang akan dibahas dan diteliti melalui proses riset berdasarkan tema tertentu.

Objek penelitian pada penelitian ini mencakup variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah diskon, sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas pelanggan. Setiap variabel diukur menggunakan indikator yang mengacu pada landasan teori yang relevan. Adapun indikator dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel X (Diskon) : besarnya potongan harga, masa potongan harga, dan jenis produk yang memperoleh potongan harga.
- b. Variabel Y (Loyalitas pelanggan) : pembelian ulang, mereferensikan, dan ketahanan.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan Shopee serta mahasiswa yang menggunakan aplikasi Shopee sebagai responden. Pemilihan responden tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka pernah bertransaksi dan memiliki pengalaman menggunakan fitur diskon di aplikasi Shopee, sehingga diharapkan dapat memberikan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Maret hingga hingga bulan Mei 2026.

Selama rentang waktu tersebut, peneliti melaksanakan observasi lapangan secara langsung setiap hari melalui aktivitas operasional toko online milik peneliti, yaitu Rohimah Emporium. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memantau perilaku konsumen, tanggapan terhadap program diskon, serta proses pembelian secara terus-menerus, sehingga data yang diperoleh lebih aktual dan mencerminkan kondisi nyata di lapangan.

Tabel 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Kegiatan Penelitian Tugas Akhir (TA)	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi awal																								
Membuat proposal																								
Seminar proposal																								
Revisi																								
Mencari data																								
Melakukan penelitian																								
Bimbingan																								
Sidang akhir																								

3.4 Desain Penelitian

Menurut Silaen (2018), desain penelitian merupakan rancangan yang mencakup seluruh tahapan yang dibutuhkan dalam perencanaan maupun pelaksanaan suatu penelitian.

Desain penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Metode ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel diskon sebagai variabel bebas terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis regresi linier sederhana untuk melihat hubungan serta dampak antara kedua variabel tersebut. Data penelitian

diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.5 Variabel Dan Operasionalisasi Variabel

3.5.1 Variabel

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu dalam berbagai bentuk yang ditentukan oleh peneliti untuk dikaji, sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut dan selanjutnya dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2020). Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas (Diskon)

Variabel bebas (independent variable) adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat (dependent variable) (Sugiyono, 2020). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah program diskon.

2. Variabel terikat (Loyalitas)

Variabel terikat (dependent variable) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2020). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen.

Tabel 3.2 Operasionalisasi Penelitian

No	Variabel	Teori + Indikator	Pertanyaan Kuesioner	Skala
1	Diskon (X)	diskon merupakan potongan harga atau penghematan yang diberikan perusahaan kepada konsumen dari harga normal suatu produk maupun jasa. Philip Kotler dan Kevin Lane (2016),		Likert 1-5
		Indikator Diskon		

		1. Besaran diskon	1. Apakah besarnya potongan harga yang diberikan oleh Rohimah Emporium sudah	Likert 1-5
--	--	-------------------	--	------------

No	Variabel	Teori + Indikator	Pertanyaan Kuesioner	Skala
			sesuai dengan harapan Anda? 2. Apakah potongan harga yang ditawarkan oleh Rohimah Emporium terasa cukup menguntungkan bagi Anda?	
		2. Waktu pemberian diskon	1. Apakah diskon yang diberikan oleh Rohimah Emporium berlangsung pada waktu yang tepat bagi Anda? 2. Apakah jangka waktu pemberian diskon di Rohimah Emporium cukup untuk mempengaruhi keputusan pembelian Anda?	
		3. Frekuensi diskon	1. Apakah Rohimah Emporium memberikan diskon kepada konsumen secara rutin?	

			2. Apakah frekuensi pemberian diskon di Rohimah Emporium dinilai baik oleh Anda sebagai konsumen?	
--	--	--	---	--

		4. Daya tarik diskon	1. Apakah diskon yang ditawarkan oleh Rohimah Emporium menarik perhatian Anda untuk melihat produk? 2. Apakah diskon yang diberikan mendorong Anda untuk melakukan pembelian di Rohimah Emporium?	
2	Loyalitas (Y)	Loyalitas konsumen merupakan bentuk kesetiaan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa secara terus-menerus, yang terlihat dari perilaku pembelian ulang dan pandangan positif terhadap produk (Hidayat, 2021).		Likert 1-5
		Indikator Loyalitas :		
		1. Tingkat kepercayaan pelanggan	1. Apakah Anda merasa yakin terhadap kualitas produk yang dijual oleh Rohimah Emporium?	

			2. Apakah Anda percaya bahwa Rohimah Emporium memberikan pelayanan yang memuaskan?	
		2. Keterikatan emosional	1. Apakah Anda merasa nyaman saat berbelanja di Rohimah Emporium? 2. Apakah Anda merasakan kedekatan dengan Rohimah Emporium?	
		3. Rekomendasi	1. Apakah Anda ingin merekomendasikan Rohimah Emporium kepada orang lain? 2. Apakah Anda pernah memberitahu orang lain untuk berbelanja di Rohimah Emporium?	
		4. Jangka Panjang	1. Apakah Anda melakukan pembelian ulang di toko Rohimah Emporium secara berkala? 2. Apakah Anda memiliki keinginan untuk tetap berbelanja di toko Rohimah Emporium di masa mendatang?	

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2023) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Adapun bobot penilaian untuk setiap jawaban responden adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Penilaian Skala Likert

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2023)

3.6 Populasi Dan Teknik Pengambilan

3.6.1 Definisi Populasi

Menurut Sugiyono (2024) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang terdapat pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.

(Ramadhan, 2025)

3.6.2 Definisi Sample

Sampel menurut Sugiyono, (2016:118) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Berikut rumus Lemeshow :

Rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel minimum
- Z_{α} = nilai distribusi normal pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96
- P = proporsi populasi yang diasumsikan = 0,5
- $Q = 1 - P = 0,5$
- L = tingkat kesalahan (margin of error) = 10% = 0,10

Perhitungan:

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

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Hasil:

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 96 responden. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan 96 responden sebagai sampel penelitian. Sebelum penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba instrumen (*try out*) kepada 30 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan

responden penelitian. Uji coba tersebut dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian sebelum digunakan pada penelitian utama.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan berbagai metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai dengan baik.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang diterapkan meliputi kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari konsumen Rohimah Emporium terkait pandangan mereka mengenai program diskon serta tingkat loyalitas yang dimiliki. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses penjualan dan perilaku konsumen di toko tersebut. Sementara itu, dokumentasi dimanfaatkan untuk memperoleh data pendukung seperti catatan penjualan, bukti transaksi, serta arsip lain yang berkaitan dengan penelitian.

Tabel 3. 4 Teknik Pengumpulan Data

No	Teknik Pengumpulan Data	Penjelasan
1	Kuesioner	Digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung dari konsumen Rohimah Emporium mengenai pandangan mereka terhadap program diskon serta tingkat loyalitas.
2	Observasi	Dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap kegiatan penjualan dan perilaku konsumen di toko.

3	Dokumentasi	Digunakan untuk memperoleh data pendukung seperti catatan penjualan, bukti transaksi, serta arsip lain yang berkaitan dengan penelitian.
---	-------------	--

3.8 Transformasi Data

Transformasi data merupakan proses mengubah nilai-nilai dalam suatu dataset dengan tujuan tertentu, seperti memperbaiki distribusi data, mengurangi tingkat kecenderungan (*skewness*) atau memenuhi asumsi dalam analisis statistik (Hakima h et al., 2024).

Transformasi data juga menjadi tahapan penting dalam persiapan data untuk meningkatkan normalitas distribusi serta mengatasi ketidaksamaan varians. Dalam penerapannya, nilai data dapat diubah melalui berbagai metode, seperti logaritma, akar kuadrat, normalisasi, maupun teknik khusus seperti transformasi Box-Cox. Proses ini bertujuan untuk menyederhanakan data, memastikan distribusi yang lebih sesuai, serta meningkatkan kejelasan dalam interpretasi hasil analisis (Hair et al., 2019).

3.9 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), validitas merupakan tingkat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian, yaitu Diskon (X) dan Loyalitas Konsumen (Y). Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*, yaitu dengan mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan skor total pada masing-masing variabel.

Adapun rumus korelasi *Product Moment Pearson* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi Product Moment.
- n = Jumlah responden.
- $\sum X$ = Jumlah skor setiap butir pernyataan.
- $\sum Y$ = Jumlah skor total.
- $\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian skor butir dengan skor total.
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor butir pernyataan.
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Nilai r_{tabel} ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan ($df = n - 2$). Pada uji coba instrumen yang melibatkan 30 responden, diperoleh $df = 28$, sehingga nilai $r_{tabel} = 0,361$.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

3.9.2 Uji Reabilitas

Menurut Ghazali (2021), uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap setiap butir pernyataan menunjukkan hasil yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, karena instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert. Pengujian ini bertujuan untuk

mengetahui apakah instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Adapun rumus Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas (Cronbach's

Alpha) k = Jumlah item pernyataan $\sum \sigma_i^2$

= Jumlah varians setiap item σ_t^2 =

Varians total

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,70$, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel.

Perhitungan uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

3.10 Teknis Analisi Data

3.10.1 Pengertian Analisis Deskriptif

Merujuk pada pandangan Sugiyono (2020), analisis data dipahami sebagai proses pelacakan, penyusunan, dan pengolahan informasi secara sistematis yang dihimpun dari lapangan, sehingga hasil temuan mudah dipahami serta dapat ditarik sebuah simpulan. Proses ini diwujudkan dengan mengelompokkan data ke dalam kategori, menguraikannya ke dalam unit-unit kerja, melakukan sintesis, membentuk pola, menyeleksi informasi penting yang layak ditelaah, hingga merumuskan kesimpulan akhir.

Pengolahan data hasil penyebaran kuesioner dalam studi ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Serangkaian teknik analisis yang diterapkan mencakup analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, pengujian hipotesis (uji t), serta estimasi koefisien determinasi. **3.10.2 Analisis Deskriptif**

Menurut Ghazali (2018:19), analisis deskriptif adalah jenis analisis yang digunakan untuk memberikan gambaran atau menjelaskan data yang sudah dikumpulkan, tanpa bertujuan untuk mengambil kesimpulan yang berlaku secara umum. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan ciri-ciri responden serta cara jawaban mereka tersebar pada setiap variabel penelitian.

Karakteristik responden yang dideskripsikan meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Selain itu, analisis deskriptif juga digunakan untuk mengetahui nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang paling sering muncul (modus), standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum dari jawaban responden terhadap variabel Diskon (X) dan Loyalitas Konsumen (Y).

3.10.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ditempatkan sebagai prosedur wajib sebelum analisis regresi linear sederhana dilaksanakan. Langkah ini diterapkan demi menjamin bahwa data yang dihimpun telah memenuhi kriteria statistik, sehingga model regresi mampu menghasilkan estimasi yang akurat, objektif, dan konsisten.

Sejalan dengan argumen Sugiyono (2023), pemenuhan prasyarat statistik melalui pengujian ini bertujuan agar hasil analisis memiliki validitas tinggi dan layak dijadikan pijakan pengambilan simpulan. Penegasan senada juga dikemukakan oleh Ghazali (2018) bahwa tahapan ini menjadi prasyarat mutlak yang mendahului analisis regresi agar model yang diestimasi tidak menyimpang dari asumsi-asumsi dasar yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ditujukan untuk mendeteksi apakah sebaran nilai residual di dalam model regresi telah menyebar secara normal atau sebaliknya (Ghozali, 2018:161). Kriteria model regresi yang ideal terpenuhi apabila nilai residualnya memiliki distribusi normal, sehingga parameter output yang dihasilkan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Di dalam studi ini, evaluasi normalitas dioperasikan lewat uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* berbasis perangkat lunak SPSS. Di samping itu, konfirmasi terhadap terpenuhinya normalitas residual diperkuat melalui visualisasi pada grafik *Normal Probability Plot* (P-P Plot).

2. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ditujukan untuk mendeteksi apakah sebaran nilai residual di dalam model regresi telah menyebar secara normal atau sebaliknya (Ghozali, 2018:161). Kriteria model regresi yang ideal terpenuhi apabila nilai residualnya memiliki distribusi normal, sehingga parameter output yang dihasilkan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Di dalam studi ini, evaluasi normalitas dioperasikan lewat uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* berbasis perangkat lunak SPSS. Di samping itu, konfirmasi terhadap terpenuhinya normalitas residual diperkuat melalui visualisasi pada grafik *Normal Probability Plot* (P-P Plot).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) $\leq 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Selain berdasarkan nilai signifikansi, normalitas residual juga dapat diamati melalui grafik *Normal Probability Plot (P-P Plot)*. Apabila titik-titik pada grafik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan teori Ghazali (2018:137), uji heteroskedastisitas diterapkan untuk melihat apakah terdapat perbedaan varians nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain pada model regresi. Ketepatan model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya masalah heteroskedastisitas, yang dicerminkan oleh nilai varians residual yang selalu tetap (konstan).

Pendeteksian gejala heteroskedastisitas di dalam studi ini dioperasikan melalui metode Uji Glejser, yang dilaksanakan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap seluruh variabel independen. Penerapan pengujian ini ditujukan demi memastikan ada tidaknya indikasi masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang diestimasi.

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji Glejser adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) $\leq 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

3.10.4 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2023), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih harus dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data. Sementara itu, Arifin (2017) menyatakan bahwa uji hipotesis merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dan penarikan kesimpulan penelitian.

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t (parsial) untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel Diskon (X) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Rohimah Emporium.

• Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98), uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel **Diskon (X)** terhadap **Loyalitas Konsumen (Y)** pada Rohimah Emporium.

Adapun langkah-langkah dalam pengujian uji t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

H_0 : Variabel Diskon (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Rohimah Emporium.

H_a : Variabel Diskon (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Rohimah Emporium.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

3. Menentukan nilai t tabel

Nilai t tabel ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (degree of freedom/df) dengan rumus:

$$df = n - k - 1$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel penelitian.
- k = Jumlah variabel independen.

4. Menentukan kriteria pengujian

- Jika t hitung > t tabel atau nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel Diskon berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.
- Jika t hitung $\leq$ t tabel atau nilai signifikansi $\geq$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel Diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

• Analisis regresi linear sederhana

Merujuk pada pandangan Sugiyono (2016), kegunaan analisis regresi linear sederhana adalah untuk mendeteksi seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk kebutuhan pengujian ini, metode regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan kausalitas antara variabel Diskon (X) dan Loyalitas Konsumen (Y) di lingkungan Rohimah Emporium.

Persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas Konsumen (variabel dependen)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi

- X = Diskon (variabel independen)

Nilai konstanta (a) menunjukkan nilai Loyalitas Konsumen apabila variabel Diskon bernilai nol. Sementara itu, koefisien regresi (b) menunjukkan besarnya perubahan pada Loyalitas Konsumen akibat adanya perubahan pada variabel Diskon. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan nilai koefisien regresi yang negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah.

Perhitungan analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

3.10.5 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2016:286), koefisien determinasi (R^2) adalah alat pengukuran yang digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perbedaan atau variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam rentang dari 0 hingga 1. Semakin tinggi angka koefisien determinasi (R^2), berarti semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan atau variasi variabel dependen. Justru, semakin kecil nilai koefisien determinasi, maka semakin terbatas kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen.

Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Diskon (X) terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

- KD = Koefisien Determinasi
- r^2 = Kuadrat koefisien korelasi
- 100% = Persentase besarnya pengaruh variabel Diskon terhadap

Loyalitas Konsumen

Adapun kriteria koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- Jika nilai KD mendekati 0%, maka kontribusi atau pengaruh variabel Diskon terhadap Loyalitas Konsumen tergolong lemah.
- Jika nilai KD mendekati 100%, maka kontribusi atau pengaruh variabel Diskon terhadap Loyalitas Konsumen tergolong kuat.

Nilai koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel Diskon dalam menjelaskan variasi Loyalitas Konsumen. Adapun sisa persentase di luar nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa Loyalitas Konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

