

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Sugiyono (2013:313) mendefinisikan “metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan suatu pengetahuan sehingga hasil yang diperoleh digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah yang akan terjadi di masa yang akan datang”.

Dalam penelitian yang dilakukan, bertolak dari permasalahan dan tujuan penelitian yang ingin dicapai jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif, dimana penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik analisis korelasional untuk mengetahui kaitan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Oleh karena itu, variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini tidak direkayasa, dengan kata lain penelitian ini berupa hasil pengisian responden konsumen produk kosmetik *cream* Temulawak di area Bogor.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. USAHA SUKSES BERSAMA yang beralamat di Jl. Bandengan Utara Blok B 81 No. 37 Penjaringan, Jakarta Utara Telepon (021) 29481881. Waktu yang diperlukan untuk penelitian ini selama tiga bulan sejak bulan Juni 2020 sampai dengan September 2020.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam suatu penelitian sangat diperlukan karena merupakan sasaran pokok objek penelitian. Sugiyono (2013:115) menyatakan “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dari pengertian tersebut, dapat dimengerti bahwa pada dasarnya yang dimaksud dengan populasi adalah subjek yang menjadi sasaran perhatian penelitian yang merupakan suatu kelompok yang terwakili dalam sampel. Berkaitan dengan hal ini, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk *cream* kosmetik Temulawak di area Bogor yang terdata pada data base PT. USAHA SUKSES BERSAMA terhitung dari bulan September 2019 s/d September 2020 yaitu sebanyak 127 konsumen.

2. Sampel

Sugiyono (2014:149) mendefinisikan “sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu, juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi”.

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik *non-probability sampling* adalah

teknik sampling yang dimana tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama untuk seluruh anggota populasi yang akan dipilih menjadi sampel. Dengan demikian teknik penentuan sampel pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik kuota sampling. Teknik penarikan sampel menggunakan kuota sampling adalah teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri tertentu sehingga jumlah kuota yang dibutuhkan terpenuhi. Setelah jumlah kuota memenuhi syarat yang diinginkan peneliti maka penarikan sample dihentikan. Pada penelitian ini sampel yang akan diambil adalah seluruh konsumen produk *cream* kosmetik Temulawak di area Bogor dengan menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{127}{1 + 127 (0,05)^2}$$

$$n = 96,39 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Seluruh Populasi

e = Toleransi Error

Jadi sampel yang diambil adalah 96 orang.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa :

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar seperti gambar literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini. Misalnya berupa latar belakang sejarah organisasi, struktur organisasi, dan data-data lain yang diambil dari dokumen organisasi, juga bisa berbentuk pertanyaan maupun pernyataan tertulis.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Dengan kata lain data kuantitatif adalah data kualitatif yang dirubah kedalam bentuk angka. Dalam hal ini data kuantitatif berupa jumlah pegawai, jumlah sarana dan prasarana, dan hasil angket. Sumber data dalam penelitian ini berupa :

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden peneliti melalui wawancara langsung di lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder misalnya catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh

media, situs web, internet dan data lainnya yang berhubungan dengan obyek yang diteliti.

Untuk mendapatkan data dalam penelitian tersebut peneliti mengadakan wawancara, observasi, dan menyebarkan kuisisioner kepada konsumen produk *cream* kosmetik Temulawak di area Bogor.

1) Kuisisioner

Kuisisioner yaitu suatu teknik pengumpulan informasi dan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk kemudian dijawab oleh responden.

2) Study Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

E. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

Definisi operasional dari variabel penelitian dimaksudkan untuk memberikan kesimpulan yang dapat memperjelas batasan, pengertian, dan ruang lingkup penelitian yang akan digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 2
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Konsep	Sub Variabel	Indikator	Skala	Nomor pernyataan
Bauran Pemasaran (Variabel X)	Seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dipasar sasaran Kotler (2014)	Produk : Semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan Kotler & Armstrong (2013)	a. Menggunakan bahan alami dengan wangi khas <i>cream</i> Temulawak b. Kulit produk yang sudah tidak diragukan lagi khasiatnya c. Aman bagi kulit wajah meskipun digunakan dalam jangka waktu lama d. Kemasan berhologram asli dengan tampilan yang menarik	<i>Likert</i>	1,2,3,4
		Harga : Nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat yang dimiliki yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar Husein Umar (2013)	a. Harga terjangkau bagi terjangkau bagi semua kalangan masyarakat. b. Diskon khusus bagi konsumen baru dan reseller c. Kesesuaian harga sesuai dengan manfaat yang didapat d. Harga kompetitif dengan produk kosmetik lain	<i>Likert</i>	5,6,7,8
		Promosi : Usaha yang dilakukan pemasar untuk mempengaruhi pihak lain agar berpartisipasi	a. Media promosi menggunakan jasa <i>influencer</i> dan iklan di media cetak terkemuka b. Tim <i>marketing</i> khusus yang ahli dalam bidang pemasaran	<i>Likert</i>	9,10,11,12

Variabel	Konsep	Sub Variabel	Indikator	Skala	Nomor pernyataan
		i dalam kegiatan pertukaran Kismono (2011)	produk yang tersebar di berbagai tempat c. Terdapat BA (<i>beauty advisor</i>) yang dapat mengedukasi produk kepada konsumen d. Setiap <i>weekend</i> selalu diadakan <i>event-event</i> cfd		9,10,11,12
		Tempat : Meliputi lokasi dan sistem penyampaian jasa yang digunakan dalam memasok produk kepada para pelanggan Lovelock et al (2020:216)	a. Produk tersedia di toko-toko kosmetik terkemuka di Bogor yang lokasinya yang strategis b. Akses transportasi yang mudah dicapai c. Lahan parkir yang luas	<i>Likert</i>	13,14,15
		Orang : Semua pelaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli Yazid (2018:75)	a. Tim <i>sales</i> yang ahli dalam memasarkan produk b. Pelayanan yang ramah, teliti, pandai serta cepat tanggap dalam melayani konsumen	<i>Likert</i>	16,17
		Proses : Semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktifitas yang digunakan untuk	a. Distribusi yang merata diseluruh area bogor b. Kemudahan akses berbelanja untuk konsumen yang tidak bisa berbelanja langsung pembayaran bisa		18,19

Variabel	Konsep	Sub Variabel	Indikator	Skala	Nomor pernyataan
		menyampaikan jasa Kotler & Amstrong (2013)	dilakukan via online c. Produk telah lulus standarisasi BPOM d. Produk dibuat menggunakan mesin-mesin teknologi modern dan canggih		20,21
		Lingkungan Fisik Merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan Kotler Amstrong (2013)	a. Diproduksi di pabrik besar yang berlokasi di Jl. Raya Narogong Cileungsi Bogor b. Limbah pabrik tidak mencemari lingkungan	Likert	21,22
Loyalitas Konsumen (Variabel Y)	Komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang Tjiptono (2018:110)	Konsumen produk <i>cream</i> kosmetik Temulawak	a. Konsumen yang melakukan pembelian secara teratur. b. Tidak membeli diluar lini produk c. Konsumen bersedia merekomendasikan produk kepada orang lain. d. Tingkat kelebihan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. e. Tingkat kepuasan pelayanan konsumen dan pengaruh harga terhadap nilai loyalitas konsumen produk	Likert	23,24,25,26, 27

Variabel	Konsep	Sub Variabel	Indikator	Skala	Nomor pernyataan
			kosmetik Temulawak f. Tingkat kebutuhan konsumen		28,29

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah dengan menggunakan kuisioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan secara tertulis kepada responden atau objek yang akan diteliti untuk kemudian dijawab sehingga kita dapat memperoleh data yang diharapkan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah ataupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga dapat diambil kesimpulan sesuai dengan uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itu akan diketahui bagaimana pengaruh antar variable yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Skala dan Skala Penafsiran

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, bahwa penelitian ini menggunakan kuisioner. Analisis data penelitian diperoleh melalui jawaban responden dengan memberikan tanda pada setiap kategori pertanyaan yang disusun berdasarkan skala likert dengan 5 poin. Setiap jawaban responden akan diberi skor dan jumlah skor yang menunjukkan tinggi rendahnya masing-masing variabel yang diukur. Adapun skor yang diberikan pada setiap jawaban responden adalah sebagai berikut :

Tabel 3
Metode Pengambilan Data

Predikat	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan tersebut yang diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

2. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuisioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang

digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan hasil penelitian.

a. Uji Validitas

Uji Kualitas data yang pertama dan harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini, Arikunto dalam Unaradjan (2013:164) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari korelasi atau bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah butir dengan rumus *Pearson Product Moment*, sebagai berikut :

$$r = \frac{n (\Sigma XY) - (\Sigma X) (\Sigma Y)}{\sqrt{n (\Sigma X^2) - (\Sigma x)^2} \sqrt{n (\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien variabel bebas dari variabel terikat

n = Jumlah sampel

N = Jumlah responden

ΣX = Skor masing-masing variabel yang ada pada kuisioner

ΣX = Skor total semua variabel kuisioner

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual menggunakan rumus diatas, melainkan

menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS) 21.0* Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan atau pertanyaan kuisioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *item total statistic*. Hasil pengolahan dengan data dengan menggunakan SPSS tersebut dikatakan valid jika r hitung $> 0,361$.

b. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuisioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data yang kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuisioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach* Sugiyono (2015:365), karena rumus *Alpha Cronbach* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya 0 dan 1, misalnya angket atau soal bukan uraian. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k - 1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} : Nilai reliabilitas

$\sum S_i$: Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t : Varians item

K : Jumlah item

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 21.0 dengan uji keterandalan teknik *Alpha Cronbach*. Untuk menginterpretasikan koefisien realibilitas digunakan kategori menurut Sugiyono (2015 : 184) sebagai berikut :

Tabel 4
Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Kurang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sugiyono (2015 : 184)

Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan reliabel atau tidak bila r lebih besar atau sama dengan 0,600 maka item tersebut reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk analisis regresi linear berganda.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)* dengan menggunakan pendekatan histogram / *normal probability plot* yang membentuk garis lurus diagonalnya, maupun pendekatan *Kolmogorv-Smirnov*. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan histogram. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya Ghazali (2011 : 160)

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini digunakan dalam analisis regresi linear berganda yang menggunakan dua variabel bebas dua atau lebih ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) dimana akan diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi R. Dalam penelitian ini dilakukan uji multikolinearitas dengan cara melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor (vif)* yang terdapat pada tabel *Coeddicents* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen Ghazali (2011 - 68).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varian yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varian sama, maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas Ghazali (2011 :63).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji statistik. Namun demikian dalam penelitian ini digunakan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak terbentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun dikiri angka sumbu X (Ghozali 2011 : 63).

d. Metode Analisis Regresi

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis

peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) dengan satu variabel terikat Unaradjan (2013 : 225). Untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat maka dapat digunakan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + e_i$$

Keterangan :

Y : Loyalitas konsumen

a : Konstanta

b : koefisien regresi

X_1 : Produk

X_2 : Harga

X_3 : Promosi

X_4 : Tempat

X_5 : Orang

X_6 : Proses

X_7 : Lingkungan fisik

e_i : Error

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas, melainkan dengan menggunakan SPSS. Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data.

Dalam hal ini peneliti akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan uji linearitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji t (uji parsial), uji F (uji simultan) dan koefisien determinasi.

e. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji t (uji parsial), uji f (uji simultan) dan koefisien determinasi (R^2)

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial) Rohmana (2013: 74) Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b}{se}$$

Keterangan :

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar *error* koefisien regresi X

Adapun bentuk pengujiannya adalah :

a) $H_0 : \beta_i = 0$ dimana $i = 1,2,3,4,5,6,7$

Artinya variabel bebas yang diteliti secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

b) $H_a : \beta_i \neq 0$ dimana $i = 1,2,3,4,5,6,7$

Artinya variabel bebas yang diteliti secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

a) $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bauran pemasaran 7p (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*) secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik *cream* Temulawak.

b) $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bauran pemasaran 7p (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*)

secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik *cream* Temulawak.

2) Uji simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya atau tidak, Unaradjan (2013 : 207) dapat digunakan rumus dibawah ini :

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

Keterangan :

F_h : Nilai F yang dihitung

R^2 : Nilai koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel Independen

n : Jumlah sampel

Namun demikian, penelitian ini semua uji hipotesisnya tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Pengujian

hipotesis dengan menggunakan uji F, variannya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan :

a) $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa bauran pemasaran 7p (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*) secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik *cream* Temulawak.

b) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa bauran pemasaran 7p (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik *cream* Temulawak.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Bentuk persamaan koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dalam kolom *Adjusted R Square* pada tabel model *summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.