

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2010;115).

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010;13).

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Obyek penelitian ini pada perusahaan PT. Persegres Jaka Samudra. Yang mengelola klub Gresik United.F.C yang bertempat Kabupaten Gresik.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2010;115). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Gresik yang pernah menjadi penonton sepakbola.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Hasil analisis sampel merupakan kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Sampel dalam penelitian yang ideal berdasarkan Hair dkk (1999;367) adalah 5 sampai dengan 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini 14. Sampling (pengambilan sampel) dilakukan karena peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi yang relative besar. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat diKabupaten Gresik yang mengetahui tentang sepakbola dan sering memperhatikan tim berlaga di stadion saat bertanding. Jadi responden yang disarankan adalah minimal 5 atau maksimal 10 kali indikator. Pada penelitian ini minimal responden  $14 \times 5 = 70$  responden sampai jumlah maksimal  $14 \times 10 = 140$

responden. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memilih responden yang minimal dengan respondennya 140 responden.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010:122). Dikatakan cocok jika orang tersebut adalah masyarakat Gresik yang memiliki kriteria pernah menonton sepakbola Gresik united dan usianya minimal 20 tahun.

### **3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.4.1 Identifikasi Variabel**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel Independen terdiri dari tiga variabel yaitu Komitmen (X1), Kepercayaan (X2) dan Komunikasi (X3), Kualitas layanan (X4) sedangkan variabel Dependen terdiri dari satu variabel yaitu Loyalitas Konsumen (Y).

#### **3.4.2 Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:58).

### 3.4.2.1 Variabel Independen (X)

Variabel Independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2010;59).

1. Komitmen pelanggan (X1): Variable ini di konseptualisasi sebagai keinginan yang kuat (terus menerus) untuk menjaga hubungan baik dengan perusahaan.

Adapun indikator dari variabel komitmen pelanggan adalah :

- a. Kepedulian Pelanggan
- b. Hubungan pelanggan
- c. Mempertahankan Hubungan

2. Kepercayaan (X2): Variable ini didefinisikan sebagai tingkatan kepercayaan terhadap janji – janji mitra dalam memenuhi kewajiban yang harus dilakukan dalam sebuah hubungan.

Adapun indikator dari variabel kepercayaan pelanggan adalah :

- a. Kemanan.
- b. Menepati janji.
- c. Berkualitas.

3. Komunikas (X3) : Variable ini menyebutkan komunikasi adalah proses yang digunakan pelanggan dan organisasi pemasaran untuk saling menukar informasi guna mencapai pengertian bersama. Karena dengan adanya informasi perusahaan akan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan dan apa yang tidak diinginkan, dan sebaliknya pelanggan akan mengetahui

informasi produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Indikator – indikator komunikasi.

- a. Informasi tepat waktu
  - b. Menyediakan informasi ketika ada layanan baru
4. Kualitas Layanan (X4) :Kualitas layanan yaitu persepsi pandangan yang secara nyata diterima oleh pelanggan (*perceived service*) dengan layanan yang diinginkan oleh pelanggan. Adapun indikator kualitas pelayanan yaitu:
- a. *Reliability* (keandalan).
  - b. *Assurance* (jaminan)
  - c. *Empathy* (empati)

### 3.4.2.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010;59).

Loyalitas (Y) : Variable ini menyebutkan bahwa Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan produk yang disukai secara konsisten di masa mendatang, sehingga menimbulkan rangkaian pembelian produk mereka yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perpindahan merek.

Adapun indikator pengukuran loyalitas pelanggan adalah (Ndubisi, 2007) :

1. Selalu mengingat

2. Memberi tahu atau mengajak orang lain
3. Menjaga nama baik

### **3.5 Pengukuran Variabel**

Nilai variabel yang diteliti perlu diukur dengan menggunakan suatu instrumen atau alat penelitian. Pengukuran tiap variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2010;132), “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. Variabel yang akan diukur dalam skala *Likert* dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Umumnya indikator tersebut diamati dengan menggunakan Kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu hal. Skala pengukuran menggunakan skala *likert*. Jawaban diberi nilai 1 sampai dengan nilai

5. Jawaban setiap item instrumen mempunyai preferensi sebagai berikut:

1. Jika responden menjawab SS (Sangat Setuju) maka diberikan nilai 5.
2. Jika responden menjawab S (Setuju) maka diberikan nilai 4.
3. Jika responden menjawab R (Ragu-ragu) maka diberikan nilai 3.
4. Jika responden menjawab TS (Tidak Setuju) maka diberikan nilai 2.
5. Jika responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju) maka diberikan nilai 1.

### **3.6 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.6.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010;13).

#### **3.6.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Menurut Sugiyono (2010;193), “data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer didapatkan dari hasil pengisian kuesioner (angket) masyarakat di Kabupaten Gresik yang pernah menonton sepakbola tim Gresik United.

### **3.7 Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2010;199). Data kuesioner penelitian ini akan disebar pada masyarakat di Kabupaten Gresik yang pernah menonton

sepakbola tim Gresik United. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari responden.

### 3.8 Uji Instrumen

#### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* ( $r$ ) dengan nilai hitung kritisnya, dimana  $r$  dapat diperoleh dengan rumus (Sugiyono, 2005;212) sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

R	= koefisien korelasi antara x dan y
N	= Banyaknya variabel
X	= Skor item x
Y	= Skor item y
$\sum X$	= Jumlah skor item
$\sum Y$	= Jumlah skor total
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat skor item
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat skor total

Jika  $r$  hitung > dari  $r$  table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dalam uji validitas ini suatu butir pertanyaan atau variabel dinyatakan valid jika  $r$  hasil >  $r$  table.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:41). Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk baik digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Adapun rumus perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (r - 1)k}$$

Keterangan:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas

k = jumlah item per variabel X

r = *mean* korelasi antar item

Untuk mengukur variabel jawaban responden dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* apabila  $> 0.60$  menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama).

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

#### 3.9.1 Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah antara variabel bebas itu tidak saling berkorelasi. Disebut multikolinieritas adalah adanya hubungan linear di antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antaravariabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2001;56).

Multikolinieritas dapat dilihat juga dari a). nilai *tolerance*, dan b). nilai *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Pengertian sederhananya, setiap variabel independen menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$ .

#### 3.9.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Autokorelasi dapat dideteksi dengan melihat nilai koefisien Durbin-Watson Test (DW Test), dengan pengambilan keputusan terdapat atau tidaknya autokorelasi sebagai berikut:

1. Jika nilai DW terletak di antara batas atas ( $du$ ) dan  $(4-du)$ , maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, ini berarti tidak terdapat autokorelasi.
2. Jika nilai DW lebih rendah daripada batas bawah ( $dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi positif.
3. Jika nilai DW lebih besar daripada  $(4-dl)$ , maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi negatif.
4. Jika nilai DW terletak di antara batas atas ( $du$ ) dan batas bawah ( $dl$ ) atau DW terletak antara  $(4-du)$  dan  $(4-dl)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

### **3.9.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Adapun cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatter plot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-*studentized*. Dasar analisisnya adalah (Ghozali, 2006):

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta tidak menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **3.9.4 Uji Normalitas**

Menurut Wibowo (2012:61) uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residu (perbedaan) yang diteliti memiliki distribusi yang normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Ghozali (2009:100) uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan apabila tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, pada hal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan selain menggunakan uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini untuk

menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirov* (K-S). uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H0 : Data residual berdistribusi normal apabila nilai signifikan < 5% (0,05).

H1 : Data residual tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikan > 5% (0,05).

### 3.10 Teknis Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen.

Dalam rangka menganalisis pengaruh variabel independen dengan variabel tergantung agar sesuai dengan tujuan penelitian, maka digunakan pendekatan regresi linear berganda. Analisis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas konsumen

a = Konstanta atau intersep, yaitu Y pada saat  $X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = 0$

$b_1$  = Koefisien dari regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_1$  terhadap Y

$b_2$  = Koefisien dari regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_2$  terhadap Y

$b_3$  = Koefisien dari regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_3$  terhadap Y

$b_4$  = Koefisien dari regresi parsial, untuk mengukur pengaruh  $X_4$  terhadap Y

$X_1$  = Komitmen

$X_2$  = Kepercayaan

$X_3$  = Komunikasi

$X_4$  = Kualitas layanan

e = error atau koefisien pengganggu

### 3.11 Uji Hipotesis

#### 3.11.1 Uji t (Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2007:77).

1.  $H_0 = b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$  artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Komitmen, Kepercayaan, Komunikasi dan kualitas layanan terhadap Loyalitas konsumen
2.  $H_1 = b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$  artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Komitmen, Kepercayaan, Komunikasi dan kualitas layanan terhadap Loyalitas konsumen.
3. Rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{se(\beta_i)}$$

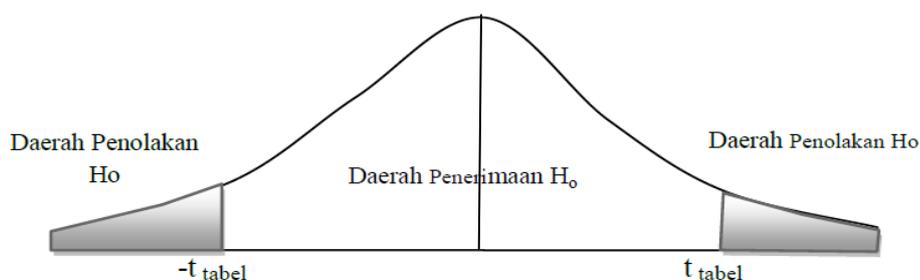
Keterangan :

$\beta_i$  = Koefisien Regresi

Se = standar error

Tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%:2 = 2,5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan(df)  $n-k-1$  (Priyatno, 2012:91).

4. Kriteria pengujian sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
Distribusi Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji t

Kriteria Pengujian:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel Komitmen, Kepercayaan, Komunikasi dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel Komitmen, Kepercayaan, Komunikasi dan kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen.

### 3.11.2 Uji F (Simultan)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independen (Komitmen, Kepercayaan, Komunikasi dan kualitas layanan) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependent (Loyalitas Konsumen). Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F kritis ( $F_{tabel}$ ) dengan ( $F_{hitung}$ ) yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$ , tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = (n-k-1)$ . Menentukan  $F_{hitung}$ , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

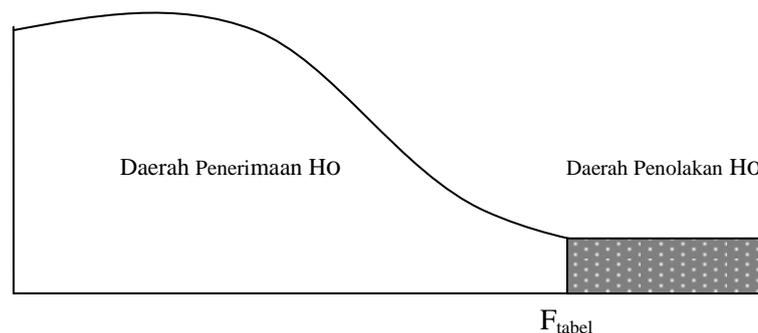
$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Keterangan :

- $R^2$  = Koefisien determinasi  
 $n$  = Jumlah data  
 $k$  = Jumlah variabel independen

Kriteria uji yang digunakan adalah:

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa variabel independent (Komitmen, Kepercayaan, Komunikasi dan kualitas layanan) tidak berpengaruh terhadap variabel dependent (Loyalitas Konsmen).
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara simultan dapat dibuktikan semua variabel independent (Komitmen, Kepercayaan, komunikasi dan kualitas layanan) berpengaruh terhadap variabel dependent (loyalitas konsumen).
3. Kriteria pengujian sebagai berikut:



**Gambar 3.2**  
**Kurva Distribusi Penolakan (Penerimaan Hipotesis Secara Simultan)**

Kriteria Pengujian:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak, artinya variabel Komitmen, Kepercayaan, Komunikasi dan kualitas layanan secara bersamaan mempengaruhi variabel loyalitas konsumen secara signifikan.
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima, artinya variabel Komitmen, Kepercayaan, komunikasi dan kualitas layanan secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel Loyalitas konsumen secara signifikan.