

BAB V
HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Pengujian Alat Penelitian

Setiap butir soal yang telah dijawab oleh responden selanjutnya dilakukan uji validitas. Validitas merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur suatu instrument yang akan diuji kevalidannya [6]. Dalam pengujian validitas instrument menggunakan alat bantu statistik berupa software SPSS, dengan melihat *corrected item total correlation*. rumus yang digunakan yakni, rumus korelasi yang dikemukakan oleh *Pearson* yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

Untuk mengetahui dan dapat menguji validitasnya, maka hasil rumus di atas dijabarkan dengan mengkonsultasikan pada r tabel *product moment*, dengan tingkat kepercayaan yang ditetapkan sebesar 95%. Dengan ketentuan apabila r hitung > r tabel maka pernyataan valid. Tetapi jika r hitung < r tabel maka pernyataan tidak valid.

Berikut hasil perhitungan validitas untuk variabel X adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Pengujian Validitas Variabel X

Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
K1	0,310	0,279	Valid
K2	0,356	0,279	Valid
K6	0,389	0,279	Valid

Sedangkan hasil perhitungan validitas untuk variabel Y adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Pengujian Validitas Variabel Y

Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
K3	0,756	0,279	Valid
K4	0,846	0,279	Valid
K5	0,712	0,279	Valid

Berdasarkan hasil pengukuran validitas variabel di atas, diperoleh hasil perhitungan bahwa seluruh validitas angket lebih besar dari r tabel (0,278) (r hitung > r tabel), dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh item soal dinyatakan valid.

5.2 Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Selanjutnya untuk mengetahui apakah pemasaran digital (variabel X) berpengaruh terhadap *customer loyalty* (variabel Y), maka dilakukan pengujian korelasi variabel X dan Y dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* 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:

$\sum X$ = Total skor variabel X

$\sum Y$ = Total skor variabel Y

$\sum XY$ = Total skor hasil kali variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$ = Total skor variabel X kuadrat

$\sum Y^2$ = Total skor variabel Y kuadrat

N = Jumlah responden

r_{xy} = Korelasi antara dua variabel

Untuk memudahkan perhitungan korelasi antara kedua variabel tersebut, maka diperlukan tabel bantu seperti berikut:

Tabel 3

Tabel Bantu Untuk Menghitung Korelasi Antara
Variabel X (Pemasaran Digital) Terhadap Variabel Y (*Customer Loyalty*)

No.	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	12	12	144	144	144
2	11	12	121	144	132
3	9	10	81	100	90
4	10	9	100	81	90
5	11	11	121	121	121
6	11	12	121	144	132
7	10	12	100	144	120
8	12	12	144	144	144
9	11	9	121	81	99
10	10	10	100	100	100
11	12	12	144	144	144
12	11	12	121	144	132
13	10	11	100	121	110
14	1142	12	144	144	144
15	12	12	144	144	144

16	9	9	81	81	81
17	11	12	121	144	132
18	11	12	121	144	132
19	10	9	100	81	90
20	11	12	121	144	132
21	11	9	121	81	99
22	11	12	121	144	132
23	12	12	144	144	144
24	11	12	121	144	132
25	11	12	121	144	132
26	11	11	121	121	121
27	9	12	81	144	108
28	10	9	100	81	90
29	11	10	121	100	110
30	10	10	100	100	100
31	10	10	100	100	100
32	11	10	121	100	110
33	7	9	49	81	63
34	11	10	121	100	110
35	10	9	100	81	90
36	12	12	144	144	144
37	11	12	121	144	132
38	8	9	64	81	72
39	11	12	121	144	132

40	9	9	81	81	81
41	9	9	81	81	81
42	9	8	81	64	72
43	9	9	81	81	81
44	12	12	144	144	144
45	12	12	144	144	144
46	12	12	144	144	144
47	12	12	144	144	144
48	12	12	144	144	144
49	9	9	81	81	81
50	12	12	144	144	144
Σ	531	540	5711	5924	5794

Berdasarkan tabel bantu di atas diperoleh data – data sebagai berikut:

$$N = 50, \sum X = 531, \sum Y = 540, \sum X^2 = 5.711, \sum Y^2 = 5.924, \sum XY = 5.794.$$

Maka selanjutnya semua data yang telah diperoleh dikorelasikan dengan rumus

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

$$r_{xy} = \frac{50 \times 5.794 - (531)(540)}{\sqrt{(50 \times 5.711 - (531)^2)(50 \times 5.924 - (540)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{289.700 - 286.740}{\sqrt{(285.550 - 281.961)(296.200 - 291.600)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2.960}{\sqrt{(3.589)(4.600)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2.960}{\sqrt{16.509.400}}$$

$$r_{xy} = \frac{2.960}{4.063,17}$$

$$r_{xy} = 0,7284$$

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh nilai korelasi antara variabel X (Pemasaran Digital) dengan variabel Y (*Customer Loyalty*) sebesar $r_{xy} = 0,7284$. Hal ini berarti bahwa variabel X dan variabel Y memiliki korelasi dimana nilai $r_{xy} > r_{\text{tabel}}$ atau $0,7284 > 0,279$.

5.3 Uji Parsial (Uji T)

Berikut Uji Parsial t untuk variabel X dan variabel Y pada penelitian ini:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,7284 \sqrt{50-2}}{\sqrt{1-(0,7284)^2}}$$

$$t = \frac{0,7284 \sqrt{48}}{\sqrt{1-0,5305}}$$

$$t = \frac{0,7284 \times 6,9282}{\sqrt{0,4695}}$$

$$t = \frac{5,0465}{0,6852}$$

$$t = 7,365$$

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh nilai antara variabel X dan variabel Y sebesar $t = 7,365$. Dengan jumlah $n = 50$ pada tingkat kepercayaan sebesar 95%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,012. Berdasarkan ketentuan yang berlaku, jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $7,365 > 2,012$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan

demikian dinyatakan bahwa terdapat pengaruh pemasaran digital terhadap *customer loyalty* pada UMKM di Kecamatan Merawang.

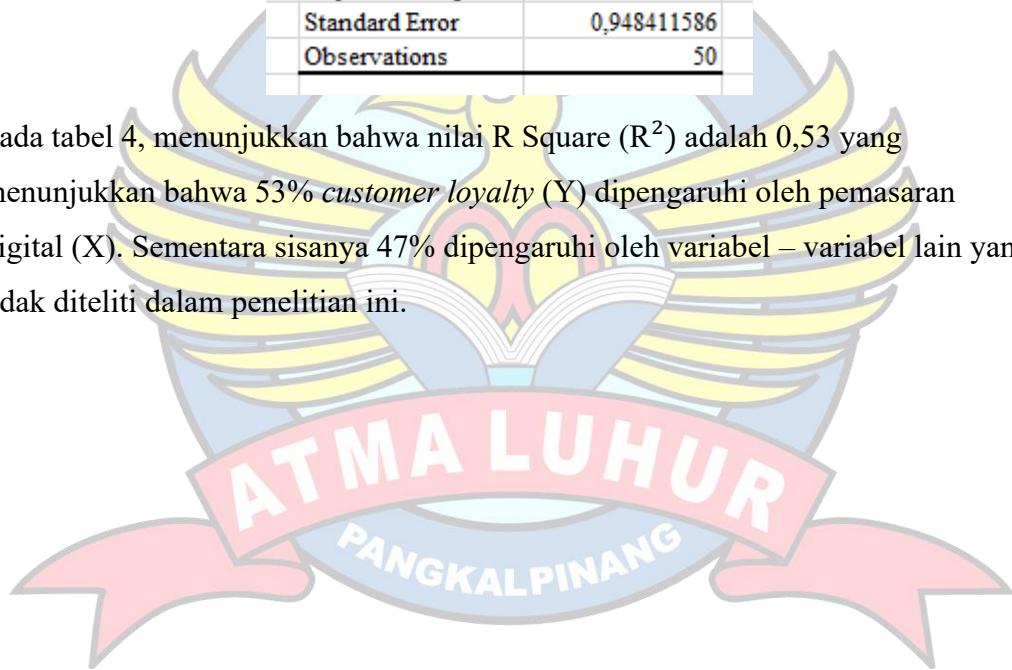
5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

SUMMARY OUTPUT	
<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,728494146
R Square	0,53070372
Adjusted R Square	0,520926714
Standard Error	0,948411586
Observations	50

Pada tabel 4, menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) adalah 0,53 yang menunjukkan bahwa 53% *customer loyalty* (Y) dipengaruhi oleh pemasaran digital (X). Sementara sisanya 47% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



5.5 Luaran Penelitian

Dokumen pendukung:

Publish di Jurnal MSEJ (*Management Studies and Entrepreneurship Journal*) oleh YRPI (Yayasan Riset & Pengembangan Intelektual) Sinta 4.



Gambar 2. Website jurnal MSEJ



Gambar 3. Artikel Jurnal Penulis Yang Telah Dipublikasi