

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di JNE Perwakilan Sudirman 20 Ilir kec, Ilir Timur kota Palembang. Dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan pembahasan tentang Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket pada PT JNE Express Kantor Perwakilan Sudirman Palembang dengan Kepuasan sebagai variabel Intervening.

B. Desain Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka desain penelitian itu termasuk dalam jenis penelitian Kuantitatif. Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian kausalitas adalah penelitian yang menjelaskan hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan lainnya.⁶⁷

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif ialah berupa angka hasil dari suatu pengukuran, observasi, dan bilangan yang dapat di analisis menggunakan metode statistik untuk memperoleh kecenderungan, prediksi hubungan antar

⁶⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Barupress,2015) hlm 48

variabel, komparasi hasil dengan perbandingan kelompok sehingga dapat di tampilkan dalam bentuk data–data statistik.⁶⁸

2. Sumber Data

Sumber data didalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh para peneliti.⁶⁹

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa Pengiriman paket pada PT JNE Perwakilan Sudirman 20 Ilir kec, Ilir Timur kota Palembang.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁰

Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian maka terlebih dahulu menentukan luas populasi sebagai daerah generalisasi serta memberi

⁶⁸ Edi riadi. *Statistika penellitian (analisis manual dan IBM spss)*, yogyakarta: Andi, 2016 hal 48

⁶⁹ Husein umar. *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta:Rajawali pers. 2014 hal 42

⁷⁰ Suryani dan Hendriyadi. *Metode Riset Kuantitatif ,Teori dan Aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam.edisi Pertama*.2015 hal.190

batasan batasan dan sifat-sifat populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan atau konsumen yang pernah menggunakan jasa pengiriman paket lebih dari satu kali pada PT JNE Perwakilan Sudirman 20 Ilir kec, Ilir Timur kota Palembang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan, dengan demikian sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi.⁷¹

Metode non probabilitas dengan menggunakan teknis penarikan sampel purposive. Menurut Muhajirin, sampel purpose adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria khusus, yaitu orang-orang yang dianggap ahli.⁷² Peneliti menentukan kriteria sampel yang dituju yaitu konsumen yang pernah melakukan penggunaan jasa pada PT JNE Perwakilan Sudirman 20 Ilir kec, Ilir Timur kota Palembang sebanyak lebih dari satu kali. Penentuan jumlah sampel yang ditentukan penulis berdasarkan perhitungan melalui rumus Menurut Hair et.al.⁷³ Indikator dari penulis berjumlah 16, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\text{Jumlah sampel} = 16 \times 10$$

⁷¹ *Ibid* hal.192

⁷² Muhajirin dan Maya Panorama. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Idea Press Yogyakarta. 2018) hal 113

⁷³ Denny Kurniawan Dan Yohanes Sondang Kunto, "Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening"

= 160

Jadi jumlah sampel yang digunakan peneliti sebanyak 160 responden yang berasal dari konsumen atau pelanggan yang menggunakan jasa PT JNE Perwakilan Sudirman 20 Ilir kec, Ilir Timur kota Palembang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner kepada Pelanggan yang menggunakan jasa PT JNE Perwakilan Sudirman 20 Ilir kec, Ilir Timur kota Palembang tentang Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner (Angket)

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawabnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.⁷⁴

Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang bersifat tertutup, artinya pertanyaan yang dibuat dengan sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dengan memberikan jawabannya saja. Kuesioner dibuat dengan pertanyaan yang menggunakan skala likert (1-5) yang memiliki

⁷⁴ Helen Sabera Adib, *Metodologi Penelitian*, (Palembang: NoerFikri, 2015), hal 37

tingkat preferensi jawaban masing-masing skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

- | | | |
|------------------------|-------------|---|
| 1. Sangat Tidak Setuju | diberi skor | 1 |
| 2. Tidak Setuju | diberi skor | 2 |
| 3. Netral | diberi skor | 3 |
| 4. Setuju | diberi skor | 4 |
| 5. Sangat Setuju | diberi skor | 5 |

F. Variabel – variabel penelitian

1. Variabel Independen (bebas)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁷⁵ Variabel independen (terikat) biasanya disimbolkan dengan variabel X. Variabel pada penelitian ini adalah Kepercayaan (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2).

2. Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas⁷⁶. Variabel dependen

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cetakan ke-23, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal 39

⁷⁶ *Ibid.*, Hal 39

biasa disimbolkan dengan variabel Y. Variabel pada penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen tetapi tidak dapat diukur dan diamati.⁷⁷ Variabel Intervening dalam penelitian ini adalah Kepuasan (Z).

G. Definisi Operasional Tabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepercayaan (X1)	Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Morgan dan Hunt dalam Dharmmesta berpendapat bahwa ketika satu pihak mempunyai keyakinan (<i>confidence</i>) bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai <i>Reliabilitas</i> dan <i>integritas</i> , maka dapat dikatakan ada <i>Trust</i> (kepercayaan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja sesuai dengan harapan nasabah. 2. Kepercayaan telah mengerjakan sesuai dengan standar. 3. Kepercayaan bahwa pelayanannya konsisten 4. Kepercayaan perusahaan bertahan lama. 	Likert
Kualitas Pelayanan	Jasa atau pelayanan memiliki banyak arti	1. <i>Tangible</i> (bukti fisik)	Likert

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta 2014) hlm 61

n (X2)	mulai dari pelayanan personal (personal service), sampai jasa sebagai suatu produk. Kotler mendefinisikan jasa atau pelayanan sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.	<ol style="list-style-type: none"> 2. <i>Reliability</i> (kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 4. <i>Asurance</i> (jaminan) 5. <i>Empati</i> 	
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian secara konsisten dimasa yang akan mendatang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usahan pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang 2. Kebiasaan mengonsumsi 3. Rasa suka yang besar 4. Ketetapan pada merek 	Likert
Kepuasan konsumen (Z)	Kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersiapkan sesuai dengan harapan pembeli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 	Likert

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat kelayakan dari tiap-tiap pertanyaan dalam kuesioner telah valid atau tidak. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu untuk

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur melalui kuesioner tersebut. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid artinya instrument tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dari variabel yang diteliti secara tepat.⁷⁸ Pengujian ini dilakukan dengan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Adapun kriteria validitas yaitu:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen itu sudah baik. Uji reliabilitas instrumen dilihat dari besarnya nilai *Alpha Cronbach's* pada masing-masing variabel. *Alpha Cronbach's* digunakan untuk mengetahui reliabilitas kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60.⁷⁹

I. Teknik analisis data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Kuantitatif. Teknik analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuisisioner dan digunakan untuk menganalisis data yang

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke-23, (Bandung: Alfabeta, 2016), Hal. 121

⁷⁹ Iredho Fani Reza, *Penyusunan Skala Psikologis: Memahami Manusia Secara Empiris*, (Palembang: Noerfikri, 2017), Hal.103

berbentuk angka-angka serta perhitungan dengan metode statistik. Data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk memudahkan dalam menganalisis, dengan bantuan program SPSS.

Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan SPSS.

$$Z(\text{KEPUASAN}) = \beta\text{KEPERCAYAAN} + \beta\text{KUALITAS PELAYANAN} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$Y(\text{LOYALITAS}) = \beta\text{KEPERCAYAAN} + \beta\text{KUALITAS PELAYANAN} + \beta\text{KEPUASAN} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

Dimana:

Variabel Bebas : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

Variabel Terikat : Loyalitas

Variabel Intervening : Kepuasan

1. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen yang diteliti berdistribusi normal atau tidak sebagai salah satu syarat pengujian asumsi sebelum tahapan uji analisis statistik untuk pengujian hipotesis. Salah satu jenis uji data normalitas yaitu *Kolmogorov Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal atau tidak

jika nilai $\rho > 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai $\rho < 0,05$ maka data dinyatakan tidak normal.⁸⁰

b. Uji Linieritas

Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak dengan variabel dependen, uji linearitas yang digunakan adalah dengan metode *Durbin Watson*. Model regresi yang baik haruslah memiliki nilai residual yang linear dan dapat dinyatakan linear apabila nilai *Durbin Watson* berada diantara -2 sampai dengan 2.⁸¹

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel independen. Menurut Ghazali, menyatakan bahwa untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas di dalam suatu model regresi yaitu dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*, dengan ketentuan sebagai berikut :⁸²

1. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$), maka model regresi tidak terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai *Tolerance* $> 0,1$, maka model regresi tidak terjadi dari multikolinieritas.

⁸⁰Iredho Fani Reza, *Metodologi Penelitian Psikologi Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, (Palembang: NoerFikri Offset, 2016), Hal. 67

⁸¹*Ibid.*, Hal. 67-68

⁸² Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hal. 62

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Adapun metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Uji White*. Model regresi yang baik harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas, yang berarti varians dari residual harus konstan untuk keseluruhan variabel dengan melihat nilai *Chi Square* Hitung < *Chi Square* Tabel.⁸³

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Robert D. Retherford, analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebas nya memengaruhi variabel terikatnya, tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung.⁸⁴

Manurung menjelaskan bahwa langkah-langkah dalam analisis jalur dapat dilakukan dengan cara-cara berikut:⁸⁵

Tahap I

Menentukan diagram jalurnya berdasarkan paradigma hubungan sebagai berikut:

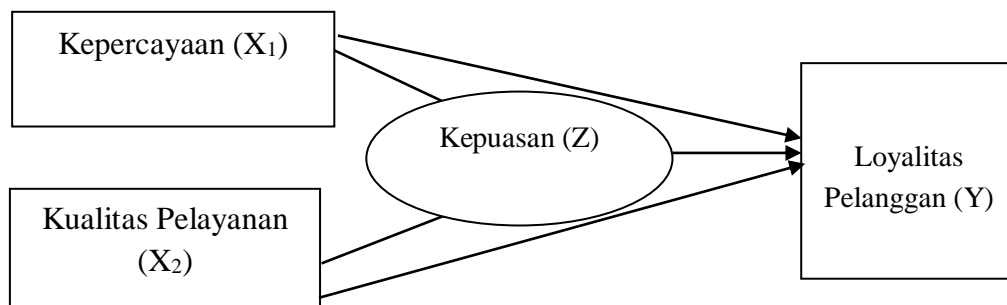
⁸³ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2010, Hal: 81

⁸⁴ Siti Nurhasanah. *Op.,cit*, hlm 106

⁸⁵ Ratlan Manurung, *Analisis Jalur Path Analysis, Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*, (Jakarta: Rineka Citra, 2014), hlm. 2

Gambar 3.1

Diagram jalur Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening



Tahap II

Menentukan persamaan struktural sebagai berikut:

$$Z(\text{KEPUASAN}) = \beta_{\text{KEPERCAYAAN}} + \beta_{\text{KUALITAS PELAYANAN}} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$Y(\text{LOYALITAS}) = \beta_{\text{KEPERCAYAAN}} + \beta_{\text{KUALITAS PELAYANAN}} + \beta_{\text{KEPUASAN}} + e_2 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

Tahap III

Menganalisis dengan menggunakan SPSS, seperti langkah-langkah berikut ini. Analisis ini terdiri dari dua langkah, yaitu analisis untuk substruktural 1 dan substruktural 2

a. Analisis Subsruktual I

$$Z(\text{KEPUASAN}) = \beta \text{KEPERCAYAAN} + \beta \text{KUALITAS PELAYANAN} + e_1$$

1. Mengetahui Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara Simultan Terhadap Kepuasan.

Pengujian ini di lakukan untuk menguji apakah koefesisen regresi (β_1 dan β_2) secara bersama-sama atau secara menyeluruh berpengaruh terhadap variabel dependen, prosedur dalam uji F dapat dijelaskan sebagai berikut.⁸⁶

a. Membuat hipotesis – hipotesis dalam uraian kalimat

Ho : tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kelompok data A, dan B terhadap Kelompok C

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kelompok data A, dan B terhadap Kelompok C.

b. Menentukan taraf signifikan a

c. Kaidah pengujian

Jika, $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$, maka Ho diterima

Jika, $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka Ho ditolak

d. Membandingkan F tabel dan F hitung,

Tujuannya untuk membandngkan antara F tabel dan F hitung, apakah

Ho ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

e. Mengambil keputusan.

⁸⁶ Syofian Siregar, *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi perbandingan manual & SPSS PT Fajar Interpratama Mandir, 2013, hlm. 303*

2. Mengetahui Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara Parsial Terhadap Kepuasan.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah koefisien regresi (β_1 dan β_2) secara bersama-sama atau secara menyeluruh berpengaruh terhadap variabel dependen, prosedur uji F dapat dijelaskan sebagai berikut.⁸⁷

a. Membuat hipotesis dengan uraian kalimat

Ho : tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data A, dan B terhadap Kelompok C

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data A, dan B terhadap Kelompok C.

b. Menentukan taraf signifikan α

c. Kaidah pengujian

Jika, $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka Ho diterima

Jika, $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka Ho ditolak.

d. Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} ,

Tujuannya untuk membandingkan antara t_{tabel} dan t_{hitung} , adalah untuk mengetahui apakah Ho ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

e. Mengambil keputusan.

Tujuan dari pengambilan keputusan adalah untuk mengetahui hipotesis mana yang terpilih Ho atau Ha.

⁸⁷ *Ibid* hlm 304

b. Analisis Substruktual II

$$Y(\text{LOYALITAS}) = \beta \text{KEPERCAYAAN} + \beta \text{KUALITAS PELAYANAN} \\ + \beta \text{KEPUASAN} + e_1$$

Tahap menghitung persamaan regresi

1. Mengetahui Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara Simultan Terhadap Loyalitas.

Dalam Pengujian apakah Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama atau secara menyeluruh dapat berpengaruh terhadap variabel loyalitas, prosedur uji F dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Membuat hipotesis – hipotesis dalam uraian kalimat

Ho : tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kelompok data A, dan B terhadap Kelompok C

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kelompok data A, dan B terhadap Kelompok C.

b. Menentukan taraf signifikan α

c. Kaidah pengujian

Jika, $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$, maka Ho diterima

Jika, $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka Ho ditolak

d. Membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} ,

Tujuannya untuk membandingkan antara F_{tabel} dan F_{hitung} , apakah Ho ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

e. Mengambil keputusan.

Menerima atau menolah Ho.

2. Mengetahui Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara Parsial Terhadap Loyalitas.

Prosedur uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Membuat hipotesis dengan uraian kalimat

Ho : tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data A, dan B terhadap Kelompok C

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data A, dan B terhadap Kelompok C.

b. Menentukan taraf signifikan α

c. Kaidah pengujian

Jika, $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}}$, maka Ho diterima

Jika, $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka Ho ditolak.

d. Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} ,

Tujuannya untuk membandingkan antara t_{tabel} dan t_{hitung} , adalah untuk mengetahui apakah Ho ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

e. Mengambil keputusan.

Tujuan dari pengambilan keputusan adalah untuk mengetahui hipotesis mana yang terpilih Ho atau Ha.

3. Prosedur Analisis Variabel Mediasi (Versi Baron and Kenny)

Causal Step atau Analisis variabel mediasi Baron dan Kenny⁸⁸, memiliki tiga persamaan regresi yang harus diestimasi yaitu :

- 1) Persamaan regresi sederhana variabel intervening (Z) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel mediator, jadi koefisien a
- 2) Persamaan regresi sederhana variabel dependen (Y) pada variabel
- 3) independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel, jadi koefisien a
- 4) Persamaan regresi berganda variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) dan intervening (Z) yang diharapkan variabel intervening signifikan mempengaruhi variabel dependen, jadi koefisien b. Mediasi terjadi jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lebih rendah pada persamaan ketiga (c') dibandingkan pada persamaan (c).

Koefisien a dan b signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya mediasi, meskipun c tidak signifikan, sehingga tahap esensial dalam pengujian mediasional adalah step 1 dan step 3. Jadi, variabel (1) variabel independen mempengaruhi intervening dan (2) intervening mempengaruhi dependen meskipun independen tidak mempengaruhi dependen. Bila step 1 dan step 3 terpenuhi dan koefisien c tidak signifikan ($c = 0$) maka terjadi *perfect* dan *complete* atau *full mediation*. Bila koefisien c' berkurang

⁸⁸Baron, R M dan Kenny, D.A. "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations." (Journal of Personality and Social Psychology: Vol,51, No 6, 173-1182. American Psychology Association, Inc 1986.

namun tetap signifikan (c') maka dinyatakan terjadi *partial mediation*, ada tiga model analisis yang melibatkan variabel mediator, sebagai berikut:

- 1) *Perfect* atau *complete* atau *full mediation*, artinya variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel dependen tanpa melalui variabel intervening.
- 2) *Partial mediation*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel intervening.
- 3) *Unmediated*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen tanpa melibatkan variabel intervening.

Baron dan Kenny, menjelaskan prosedur analisis variabel intervening secara sederhana melalui analisis regresi. Kita dapat melakukan analisis regresi sebanyak empat kali.

- 1) X memprediksi Y

Dalam analisis regresi ini akan menghasilkan nilai estimator prediktor (di SPSS simbolnya juga B). kita namakan nilai ini dengan rumus jalur-c. jalur ini nilainya diharapkan signifikan ($p < \alpha = 0,05$)

- 2) X memprediksi Z

Dalam analisis regresi ini akan menghasilkan nilai estimator prediktor (di SPSS simbolnya juga B). kita namakan nilai ini dengan rumusa jalur-a. jalur ini nilainya juga diharapkan signifikan ($p < = 0,05$)

- 3) Z memprediksi Y (mengestimasi DV dengan mengendalikan IV)

Sekarang kita akan menganalisis efek Z dan X terhadap Y. masukkan X dan Z sebagai prediktor terhadap Y. Dalam analisis regresi ini akan menghasilkan dua nilai estimasi prediktor dari Z dan X. prediksi nilai Z terhadap Y kita namakan jalur-b, sedangkan prediksi X terhadap Y kita namakan jalur c". jalur-b nilainya diharapkan signifikan, sedangkan jalur-c" nilainya diharapkan tidak signifikan. Jadi empat tahapan prosedur analisisnya, yaitu:

- a. Mengestimasi jalur c: meregres Y dengan X sebagai prediktor
- b. Mengestimasi jalur-a: meregres Z dengan X sebagai prediktor
- c. Mengestimasi jalur-b: meregres Y dengan Z sebagai prediktor
- d. Mengestimasi jalur-c": meregres Y dengan X dan Z sebagai prediktor.

Intinya menurut Baron dan Kenny, sebuah variabel dapat dikatakan menjadi mediator jika hasilnya:

- a. Jalur-c: signifikan
- b. Jalur-a: signifikan
- c. Jalur-b: signifikan Jalur-
- e. Jalur c": tidak signifikan

Selain itu dalam pengujian variabel intervening dapat melakukannya dengan menggunakan teknik *bootstrapping*. *Bootstrapping* adalah pendekatan non parametrik yang tidak mengasumsikan bentuk distribusi variabel dan dapat diaplikasikan pada jumlah sampel kecil. Preacher dan Hayes¹⁸ telah mengembangkan uji sobel dan *Bootstrapping* dalam bentuk

script SPSS dengan ketentuan nilai $z\text{-value} > 1,96$ atau $p\text{-value} < \alpha = 0,05$.

pengujian uji sobel dapat dilakukan dengan empat tahap yaitu:

- a. Melihat koefisien antara variabel independen dan intervening(koefisien A)
- b. Melihat koefisien antara variabel intervening dan dependen (koefisien B)
- c. Melihat standar eror A
- d. Melihat standar eror B

4. Perhitungan Pengaruh

a. Pengaruh Langsung (*Direct Effect* atau DE)

-pengaruh variabel Kepercayaan terhadap kepuasan

$$X1 \rightarrow Z$$

-pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan

$$X2 \rightarrow Z$$

-pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas

$$Z \rightarrow Y$$

-pengaruh variabel Kepercayaan terhadap Loyalitas

$$X1 \rightarrow Y$$

-pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas

$$X2 \rightarrow Y$$

b. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect* atau IE)

- Pengaruh variabel Kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan

$$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

- Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan

$$X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

c. Pengaruh Total (*Total Effect*)

- Pengaruh variabel Kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan

$$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

- Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan

$$X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$$