

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Restoran Geprek Benu Palembang yang beralamat di jalan M.P. Mangkunegara No. 9-10, Bukit Sangkal, Kec. Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan penelitian metode campuran (*Mixed Method*) yaitu dilakukan dengan melibatkan asumsi-asumsi filosofis dan metode penyelidikan. Analisis data mencampur antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif pada setiap tahapan dalam proses penelitian. *Mixed Method* berfokus pada pengumpulan, analisis dan pencampuran data baik kualitatif dan kuantitatif dalam studi tunggal atau serangkaian penelitian.²⁹ Penelitian ini membahas pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada konsumen Geprek Benu Palembang.

²⁹ Jhon W Creswell, *Designing And Conducting Mixed Methods Research* (United State of America, 2007), Hlm.5

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan angka dalam penyajian data dan analisa yang menggunakan uji statiska. Data kuantitatif ialah data yang diperoleh dalam bentuk angka dan dapat dihitung.³⁰ Dalam penelitian ini data kuantitatif didapat langsung dari pengisian kuisioner sebagai *instrument* penelitian. Sedangkan data kualitatif adalah data naratif atau deskriptif yang menjelaskan tentang kualitas suatu fenomena yang tidak bisa dihitung secara numerik.³¹ Data kualitatif dinyatakan dalam bentuk kata atau kalimat yang bersumber melalui wawancara dan didukung oleh beberapa jurnal.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan dioleh sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari

³⁰ Misbahuddin dan Iqbal Hassan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), Hlm. 22

³¹ [Http://www.sosiologis.com/contoh-data-kualitatif-kuantitatif/amp](http://www.sosiologis.com/contoh-data-kualitatif-kuantitatif/amp), (Diakses Pada Tanggal 18 Desember 2019)

objeknya.³² Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari observasi langsung dan hasil pengisian kuesioner/angket yang dilakukan oleh responden pada Restoran Geprek Benu Palembang dan wawancara.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³ Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pada Restoran Geprek Benu Palembang. Dengan jumlah konsumen yang belum diketahui.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³⁴ Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan

³² Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi Pada penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2015), Hlm. 171

³³ Sugiyono, *Statiska Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 61

³⁴ *Ibid*, Hlm.62

sama bagi seriap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.³⁵ Dikarenakan peneliti tidak mendapatkan secara rinci identitas responden yang diperlukan dalam pembuatan kerangka *sampling*. Maka menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu sampel dengan pertimbangan tertentu.³⁶

Pemilihan elemen sampel dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu ditetapkan sebagai sampel karena peneliti menganggap orang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang dibutuhkan untuk penelitiannya.³⁷ Penentuan sampel berdasarkan kriteria khusus, yaitu orang-orang yang dianggap ahli.³⁸ Peneliti menentukan kriteria sampel yang dituju yaitu konsumen Geprek Benu Palembang yang pernah bertransaksi dan mengkonsumsi makanan atau minuman di Geprek Benu Palembang sebanyak lebih dari satu kali. Karena ukuran populasi tidak teridentifikasi, maka untuk

³⁵ *Ibid*, Hlm. 66

³⁶ *Ibid*, Hlm. 68

³⁷ Budi Setiawan, *Menganalisa Statistik Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 21*, (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2013), Hlm.27

³⁸ Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017), Hlm. 120

menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus Rao Purba, yaitu:³⁹

$$N = \frac{(1,96)^2}{4 (10\%)^2}$$

$N = 96,04 = 97$ atau dibulatkan 100.

Berarti anggota populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 96,04/97 orang. Menurut Sugiyono, jumlah sampel yang baik untuk penelitian dengan teknik penyebaran kuisisioner yaitu 100 orang responden. Karena hasil perhitungan tersebut belum memenuhi jumlah minimal sampel, maka dibulatkan menjadi 100.⁴⁰ Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumusan tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 100 orang responden yang berasal dai konsumen Geprek Benu Palembang.

³⁹ V. Wiratna Suwarjeni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), Hlm. 155

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Penekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Hlm. 83

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner/Angket

Dengan menggunakan teknik penyebaran kuisisioner. Kuesioner/angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.⁴¹

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

⁴¹ Suryani dan Hendryadi, *Op.Cit*, Hlm. 173

Tabel 3.1

Bobot Skor

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Dokumen

Wawancara yaitu metode pengumpulan data dan informasi dengan cara menanyakan langsung kepada narasumber, dimana data tersebut digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari angket

3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah mengkaji atau menelaah berbagai literatur seperti buku, jurnal dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Kemudian dilakukan pengumpulan, penyusunan, analisa dan penelitian hingga memperoleh suatu kesimpulan.

F. Variabel-Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen, variabel dependen dan variabel intervening. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁴² Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen

Variabel independen (variabel terikat) pada penelitian ini adalah Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor* dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁴³

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel bebas) pada penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen (Y). Variabel dependen sering

⁴² Sugiyono, *Op.Cit*, Hlm.2

⁴³ *Ibid*, Hlm.4

disebut sebagai variabel *output*, kireteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴⁴

3. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Z). Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diamatai dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.⁴⁵

⁴⁴ *Ibid*, Hlm.4

⁴⁵ *Ibid*, Hlm. 5-6

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel akan memberikan arahan untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional variabel merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala
1.	Kualitas Produk (X_1)	Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> (kinerja) 2. <i>Durability</i> (daya tahan) 3. <i>Conformance to Specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi) 4. <i>Features</i> (fitur) 5. <i>Reliabilty</i> (kehandalan) 6. <i>Aesthetics</i> (estetika) 7. <i>Perceived Quality</i> (kesan kualitas) 	Likert
2.	Harga (X_2)	Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan, atau suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produksi 5. Harga mempengaruhi daya beli konsumen 	Likert

3.	Loyalitas Konsumen(Y)	Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok yang tercermin dalam sikap (<i>attitude</i>) yang sangat positif dan wujud perilaku (<i>behavior</i>) pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen tersebut secara konsisten.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian secara teratur (<i>Makes regular repeat and service purchases</i>) 2. Membeli di luar lini produk/jasa (<i>Purchases across product and service lines</i>) 3. Merekomendasikan produk lain (<i>refers other</i>) dan 4. Menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing (<i>Demonstrates an immunity to the of the competation</i>) 	Likert
4.	Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk da harapan-harapannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan General atau keseluruhan (<i>overall satisfaction</i>) 2. Konspirasi harapan (<i>confirmation of expectations</i>) 3. Perbandingan dengan situasi ideal (<i>comparison to ideal</i>) 	Likert

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghazali menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu

kuisisioner. Suatu kuisisioner dinyatakan valid jika pernyataannya pada kuisisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.⁴⁶ Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.⁴⁷ Pengujian ini dilakukan dengan signifikansi level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Metode Uji Validitas Korelasi Person. Adapun kriteria validitas yaitu:

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

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, dan lebih memperhatikan masalah ketepatan. Hasil pengukuran dari suatu instrumen yang tidak mengandung bias atau bebas dari kesalahan pengukuran (*error file*), sehingga menjamin suatu pengukuran

⁴⁶ Noor Wahyuni, *Uji Validitas dan Reliabilitas*, (Jakarta Barat: Artikel Binus University Quality Management Center, 2014). Hlm.1

⁴⁷ Sugiyono, *Op.Cit*, Hlm.348

yang konsisten dan stabil (tidak berubah) dalam kurun waktu dan berbagai *item* atau titik (*point*) dalam instrumen.

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.⁴⁸

Uji reliabilitas dapat menggunakan bantuan program SPSS, yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabilitas jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Ketidakkonsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kekurangan pemahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

⁴⁸ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), Hlm.55

Tabel 3.3

Pedoman untuk interpretasi terhadap koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program

SPSS

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari jawaban kuesioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan 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 menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan SPSS.⁴⁹ Analisis jalur adalah suatu teknik

⁴⁹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), Hlm. 265

pengembangan dari regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan(kontribusi) yang ditunjukkan oleh keofesien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1 , X_2 , terhadap Y serta dampaknya terhadap Z .⁵⁰

Dimana:

Variabel Bebas : Kualitas Produk dan Harga

Variabel Terikat : Loyalitas Konsumen

Variabel *Intervening* : Kepuasan Pelanggan

1. Uji Asumsi Kalsik

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 *Jarque Bera* (JB Test) .Data dikatakan berdistribusi normal atau tidak jika nilai $JB < Chi Square$ Tabel maka data dikatakan berdistribusi normal dan

⁵⁰ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2016), Hlm.155

sebaliknya, jika nilai $JB > \text{Chi Square}$ maka data dinyatakan tidak normal.⁵¹

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan metode Ramsey pada taraf signifikan > 0.05 . Hal ini berarti variabel bebas berkorelasi linier dengan variabel terikat. Sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$, maka variabel bebas tidak berkorelasi linier dengan variabel terikat.⁵²

Statiska parametik sebagai sarana batu dalam melakukan pengujian pada masalah hubungan atau prediksi terlebih dahulu dilakukan pengujian regresi linier pasa perpaduan antara variabel X dan Y terhadap Z. Pengujian homogen

⁵¹ Iredho Fani Reza, *Metodologi Penelitian Psikologi Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, (Palembang: Noer Fikri Offset, 2016), Hlm. 67

⁵² Sutrisno Hadi, *Seri Program Statistik-versi 2000*, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2000), Hlm.103

digunakan untuk mengetahui kedua populasi sama atau berbeda.⁵³

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi ini yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel ini saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol). Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai dari *Tolerance Variabel* dan *Variante Inflation Factor (VIF)*.

- 1) Jika nilai tolerance $< 0,10$ maka ada multikoloniaritas.
- 2) Jika nilai VIF > 10 maka ada multikoloniaritas.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi

⁵³ Budi Susetyo, *Statiska Untuk Analisis Data Penelitian Dilengkapi Cara Perhitungan dengan SPSS dan MS Office Excel*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), Hlm.154

persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varans dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.⁵⁴ Sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Dasar analisis heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah yang terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahuinya yaitu dengan metode Glesjer.

Diketahui bahwa gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya $|e|$. Jika nilai probabilitas lebih besar dari alpha (Sig. $0,05 > \alpha$), maka dapat dipastikan metode tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$.

⁵⁴ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Op.Cit*, Hlm.104

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk menguji pengaruh variabel *intervening* digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk manaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.⁵⁵ Analisis jalur adalah keterkaitan hubungan/pengaruh antara variabel bebas, variabel *intervening* dan variabel terikat dimana peneliti mendefinisikan secara jelas bahwa suatu variabel akan menjadi penyebab variabel lainnya yang biasa disajikan dalam bentuk diagram.⁵⁶ Langkah-langkah dalam analisis jalur dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Sebelum menganalisis dengan menggunakan SPSS, harus ditentukan terlebih dahulu persamaan struktural sebagai berikut:

$$Z \text{ (Kepuasan Pelanggan)} = \beta \text{ KUALITAS PRODUK} + \beta \text{ HARGA} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

⁵⁵ Ghazali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2007), Hlm. 174

⁵⁶ Noor, Juliansyah, *Op.Cit*, Hlm. 265

Y (LOYALITAS KONSUMEN) = β KUALITAS PRODUK
+ β HARGA+ β KEPUASAN PELANGGAN + e_1 (Persamaan
Struktural 2)

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

a. Analisis Substruktural 1

Z (KEPUASAN PELANGGAN) = β KUALITAS
PRODUK+ β HARGA + e_1

Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua, pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan kedua mengetahui pengaruh secara parsial.

1. Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan adalah dari hasil perhitungan dalam model summary, khususnya angka R square yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan

harga terhadap kepuasan pelanggan dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) menggunakan rumus:

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

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan angka F. Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara:

- 1) Membandingkan besarnya angka F-hitung dengan F-tabel.
 - a. Menghitung F-hitung.
 - b. Menghitung F-tabel yaitu dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi sebesar 0,05 dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan numerator (jumlah variabel-1) dan denominator (jumlah kasus-4).
 - c. Menentukan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:
 - a. Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima

dan H_a ditolak.

d. Mengambil keputusan.

2) Membandingkan angka taraf signifikansi

(sig.) dengan signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05.

a. Jika sig.penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Jika sig.penelitian $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan digunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient*.

Langkah-langkah analisis dapat dilakukan dengan cara:

a. Menentukan hipotesis.

b. Mengetahui besarnya angka t-hitung

c. Menghitung besarnya angka t-tabel dengan ketentuan taraf signifikansi 0,05 dan $dk = (n-2)$.

- d. Menentukan kriteria uji hipotesis.
- e. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05 kriterianya, yaitu:
 - 1.) Jika sig.penelitian < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.
 - 2.) Jika sig. Penelitian > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- f. Membuat keputusan.

b. Analisis Substruktural II

$$Y \text{ (LOYALITAS KONSUMEN)} = \beta \text{KUALITAS PRODUK} + \beta \text{HARGA} + \beta \text{KEPUASAAN PELANGGAN} + e_1$$

Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua. Pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan kedua mengetahui pengaruh secara parsial.

1.) Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan Secara Simultan terhadap Loyalitas Konsumen

Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas

Konsumen secara simultan adalah dari hasil perhitungan dalam model summary, khususnya angka R square yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) menggunakan rumus:

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

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan angka F. Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

- 1) Membandingkan besarnya angka F-hitung dengan F-tabel.
 - a. Menghitung F-hitung.
 - b. Menghitung F-tabel dengan ketentuan: taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan numerator (jumlah variabel-1) dan denominator (jumlah kasus-4).
 - c. Menentukan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:
 - a) Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan

Ha diterima.

b) Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan

Ha ditolak.

d. Mengambil keputusan.

2) Membandingkan angka taraf signifikansi

(sig.) dengan signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05.

a. Jika sig. penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan Ha diterima.

b. Jika sig. penelitian $> 0,05$, maka H_0 diterima dan Ha ditolak.

2.) Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen digunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standarized coeficient*. Langkah-langkah analisis dapat dilakukan dengan cara:

- a. Menentukan hipotesis.
- b. Mengetahui besarnya angkat-hitung.
- c. Menghitung besarnya angka t-tabel dengan ketentuan taraf signifikansi 0,05 dan $dk = (n-2)$.
- d. Menentukan kriteria uji hipotesis.
- e. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05 kriterianya, sebagai berikut:
 - 1) Jika sig. penelitian $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 2) Jika sig. penelitian $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- f. Membuat keputusan.

3. **Prosedur Analisis Variabel Mediasi atau *Intervening* (Versi Baron dan Kenny)**

Analisis variabel mediasi Baron dan Kenny⁵⁷ yang lebih dikenal dengan *strategy causal step*, memiliki tiga persamaan regresi yang harus diestimasi, yaitu:

⁵⁷ Baron, R. M and Kenny, D. A. "The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic and Statistical Considerations." *Journal of Personality and Social Psychologi*. Vol. 51, No. 6, 1173-1182. Americal Pshcological Association, Inc. 1986

- a. Persamaan regresi sederhana variabel mediator (Z) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel mediator, jadi koefisien $a \neq 0$.
- b. Persamaan regresi sederhana variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen harus signifikan mempengaruhi variabel, jadi koefisien $c \neq 0$.
- c. Persamaan regresi berganda variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) dan mediator (Z) yang diharapkan variabel mediator signifikan mempengaruhi variabel dependen, jadi koefisien $b \neq 0$. Mediasi terjadi jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lebih rendah pada persamaan ketiga (c') dibandingkan pada persamaan kedua (c).

Sebenarnya koefisien a dan b yang signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya mediasi, meskipun c tidak signifikan. Sehingga tahap esensial dalam pengujian emosional adalah step 1 dan step 3. Jadi (1) variabel independen mempengaruhi mediator dan (2) mediator

mempengaruhi dependen meskipun independen tidak mempengaruhi dependen. Bila step 1 dan step 3 terpenuhi dan koefisien c tidak signifikan ($c = 0$) maka terjadi *perfect* atau *complete* atau *full mediation*. Bila koefisien c' berkurang namun tetap signifikan ($c' \neq 0$) maka dinyatakan terjadi *partialmediation*.⁵⁸

Ada tiga model analisis yang melibatkan variabel mediator, yaitu sebagai berikut:

- a. *Perfect* atau *Complete* atau *Full Mediation*, artinya variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel dependen tanpa melalui variabel mediator.
- b. *Partial Mediation*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel mediator.
- c. *Unmediated*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen tanpa

⁵⁸ Preacher, K. J., Rucker, D. D and Hayes, A. F. “ *Addressing Moderated Mediation Hypothesis: Theory, Methods and Prescriptions*”. (Multivariate Behavioral Research, 42(1), 185-227 Lawrence Erlbaum Associates, Inc.2007).

melibatkan variabel mediator.

Baroon dan Kenny⁵⁹ menjelaskan prosedur analisis variabel mediator secara sederhana melalui analisis regresi. Kita dapat melakukan analisis regresi sebanyak empat kali.

a. X memprediksi Y

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 ($P < \alpha = 0,05$).

b. X memprediksi Z

Analisis regresi ini akan menghasilkan nilai estimator prediktor (di SPSS simbolnya juga B). Kita namakan nilai ini dengan rumus jalur-a. Jalur ini nilainya diharapkan juga signifikan ($P < \alpha = 0,05$).

c. Z memprediksi Y (mengestimasi DV dengan mengendalikan IV)

Sekarang kita menganalisis efek Z dan X terhadap Y.

Masukkan X dan Z sebagai prediktor terhadap Y.

Analisis regresi ini akan menghasilkan dua nilai estimasi

⁵⁹ Baron, R. M and Kenny, D. A., 1986. Loc.Cit.

prediktor dari Z dan X. Prediksi nilai Z terhadap Y kita namakan jalur-b, sedangkan prediksi nilai X terhadap Y kita namakan jalur-c'. Jalur b nilainya diharapkan signifikan, sedangkan jalur-c' nilainya diharapkan tidaksignifikan.

Jadi empat tahapan prosedurnya analisisnya, yaitu:

1. Mengestimasi jalur-c : meregres Y dengan X sebagai prediktor
2. Mengestimasi jalur-a : meregres Z dengan X sebagai prediktor
3. Mengestimasi jalur-b : meregres Y dengan Z sebagai prediktor
4. Mengestimasi jalur-c': meregres Y dengan X dan Z sebagai prediktor
Intinya menurut Baron dan Kenny, sebuah variabel dapat dikatakan menjadi mediator jika hasilnya:

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
- d. Jalur-c' :signifikan

4. Perhitungan Pengaruh

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

1. Pengaruh variable Kualitas Produk terhadap
Kepuasan Pelanggan

$$X_1 \rightarrow Z$$

2. Pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan
Pelanggan

$$X_2 \rightarrow Z$$

3. Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas
Konsumen

$$X_1 \rightarrow Y$$

4. Pengaruh variabel Harga terhadap Loyalitas
Konsumen

$$X_2 \rightarrow Y$$

5. Pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan terhadap
Loyalitas Konsumen

$$Z \rightarrow Y$$

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

a. Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas
Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan

$$X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

b. Pengaruh variabel Harga terhadap Loyalitas
Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan

$$X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

c. Pengaruh Total (*Total Effect*)

1. Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas
Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan

$$X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

2. Pengaruh variabel Harga terhadap Loyalitas
Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan

$$X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y$$