



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Pada Bab III ini terdapat 6 sub bab yaitu objek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

Dimana objek penelitian membahas mengenai kriteria subjek penelitian pada penelitian ini. Sub bab berikutnya peneliti membahas mengenai macam-macam klasifikasi desain penelitian. Kemudian peneliti membahas mengenai variabel yang akan dipakai dalam penelitian kali ini. Selanjutnya peneliti menjelaskan mengenai cara atau metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data dan cara atau metode yang dipakai dalam menentukan sampel. Setelah data yang diperlukan sudah terkumpul, peneliti akan mengolah data dengan alat ukur yang sudah di tentukan peneliti.

#### A. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah Bank Mandiri. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner dengan subyek penelitian adalah individu yang mengetahui program CSR yang dijalankan oleh Bank Mandiri. Pengumpulan hasil kuesioner dari responden dilakukan pada bulan November 2016.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:125), desain penelitian adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Rencana ini mencakup garis besar dari apa yang akan dilakukan seseorang investigator mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya hingga ke analisis akhir data. Lebih lanjut, Cooper dan Schindler (2014:126) mengklasifikasikan desain penelitian dengan memakai delapan perspektif antara lain sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Derajat kristalisasi pertanyaan riset merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Studi ini dapat bersifat eksplorasi atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan spesifikasi mengenai sumber data. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang bersumber langsung dari individu yang mengetahui program CSR yang dijalankan oleh Bank Mandiri, dengan cara mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian.

3. Pengendalian Variabel oleh Periset

Perspektif ini melihat dari aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel-variabel. Penelitian ini menggunakan *ex post facto* (desain laporan sesudah fakta). Pada desain *ex post facto*, peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam artian peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi sesuai dengan kenyataan yang dilihat.

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, terdapat dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian ini menggunakan studi kausal atau metode sebab akibat untuk menunjukkan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bagaimana peran mediasi *Corporate Brand Credibility* dan *Corporate Reputation* terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Corporate Brand Equity* pada Bank Mandiri.

#### 5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan studi lintas bagian (*cross-section*). Studi dengan dimensi *cross-sectional* hanya dilaksanakan satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.

#### 6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik, dimana lebih mementingkan keluasan dan bukan kedalamannya. Studi statistik berusaha untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

#### 7. Lingkungan Riset

Berdasarkan lingkungan penelitiannya, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual atau kondisi lapangan. Hal ini disebabkan karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner.

#### 8. Persepsi Peserta

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian dimana persepsi subyek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak menyimpang dari situasi sehari-hari.



### C. Variabel Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, ada beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini, antara lain : *corporate social responsibility*, *corporate brand credibility*, *corporate reputation*, dan *corporate brand equity*. Berikut adalah pengukuran yang digunakan dalam masing-masing variabel tersebut :

#### 1. Pengukuran Variabel *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* secara teori memiliki arti sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, dan meningkatkan kualitas kehidupan karyawan, keluarga karyawan perusahaan tersebut, serta masyarakat secara keseluruhan. Pengukuran variabel *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara berikut :

**Tabel 3.1**  
**Pengukuran Variabel *Corporate Social Responsibility***

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
<i>Corporate Sosial Responsibility</i> (Diadaptasi dari Berens <i>et al.</i> , Du <i>et al.</i> , dan Wagner <i>et al.</i> dalam Hur <i>et al.</i> , 2014)	Perusahaan bertanggung jawab secara sosial	Menurut saya Bank Mandiri adalah perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial	Interval
	Perusahaan peduli terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat	Menurut saya Bank Mandiri peduli dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat	Interval
	Perusahaan berperilaku secara bertanggung jawab terhadap lingkungan	Menurut saya Bank Mandiri melakukan hal yang bertanggung jawab terhadap lingkungan	Interval

#### 2. Pengukuran Variabel *Corporate Brand Credibility*

*Corporate brand credibility* mengacu pada sejauh yang konsumen dan *stakeholder* lainnya percaya pada *trustworthiness*, *expertise*, dan *likeableness* perusahaan, yang memberikan kontribusi untuk seluruh gambar korporasi. Pengukuran variabel *corporate brand credibility* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara berikut :



**Tabel 3.2**  
**Pengukuran Variabel *Corporate Brand Credibility***

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
<i>Corporate Brand Credibility</i> (Diadaptasi dari Erdem et al dalam Hur et al., 2014)	Kepercayaan bahwa perusahaan memenuhi apa yang telah dijanjikan	Saya percaya Bank Mandiri memenuhi apa yang telah dijanjikan	Interval
	Kepercayaan terhadap pengakuan perusahaan atas produk	Menurut saya klaim Bank Mandiri terhadap produk-produknya dapat dipercaya	Interval
	Kepercayaan bahwa perusahaan memiliki nama yang dapat dipercaya	Menurut saya Bank Mandiri memiliki nama yang dapat dipercaya	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Pengukuran Variabel *Corporate Reputation*

*Corporate reputation* mengacu pada sejauh mana suatu organisasi dijunjung tinggi di mata *stakeholder* berdasarkan persepsi akumulatif tentang seberapa baik perusahaan akan memenuhi harapan mereka. Pengukuran *corporate reputation* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara berikut :

**Tabel 3.3**  
**Pengukuran Variabel *Corporate Reputation***

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
<i>Corporate Reputation</i> (Diadaptasi dari Newburry dalam Hur et al., 2014)	Pendapat yang baik terhadap perusahaan	Menurut saya Bank Mandiri adalah perusahaan yang baik	Interval
	Kekaguman dan penghormatan terhadap perusahaan	Saya merasa kagum serta hormat terhadap Bank Mandiri	Interval
	Reputasi baik secara menyeluruh.	Menurut saya Bank Mandiri memiliki reputasi yang baik secara menyeluruh	Interval

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. Pengukuran Variabel *Corporate Brand Equity*

*Corporate brand equity* merupakan keseluruhan dari hasil tindakan yang dibuat oleh korporasi dan merek. Pengukuran variabel *corporate brand equity* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

**Tabel 3.4**  
**Pengukuran Variabel *Corporate Brand Equity***

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
<i>Corporate Brand Equity</i> (Diadaptasi dari Hsu dalam Hur et al., 2014)	Kesadaran terhadap keberadaan perusahaan	Saya sadar akan keberadaan Bank Mandiri	Interval
	Pengenalan perusahaan diantara para pesaing	Saya dapat mengenali Bank Mandiri diantara para pesaing	Interval
	Kecepatan pengingatan karakteristik yang dimiliki perusahaan	Saya dapat secara cepat mengingat beberapa karakteristik yang dimiliki oleh Bank Mandiri	Interval
	Kecepatan mengingat kembali simbol atau logo dari perusahaan	Saya dapat secara cepat mengingat kembali simbol atau logo dari Bank Mandiri	Interval

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang dapat diperoleh langsung dari sumber pertama (subyek penelitian). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan cara menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yaitu individu yang mengetahui program CSR yang dilakukan oleh Bank Mandiri. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan Google Docs, dimana para responden dapat mengisi kuesioner secara *online* lewat internet. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak milik IBI Kwik Kian Gie Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5. Nilai 1 untuk jawaban *unfavourable* dan nilai 5 untuk *favourable*.

### E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan penulis adalah *non probability sampling*. Metode *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling* yaitu sample non probabilitas yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah individu yang mengetahui program CSR yang dilakukan oleh Bank Mandiri, sehingga penyebaran kuisisioner terarah pada kriteria tersebut.

### F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang dapat digunakan seperti :

#### 1. Evaluasi Model Pengukuran

##### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Item pernyataan dikatakan valid apabila  $P\text{-value} < 0,05$  dan  $\text{factor loading} > 0,5$  (Ghozali dan Latan, 2014:106).



## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha > 0,7.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = nilai reliabilitas

$k$  = jumlah item

$\sum Si$  = jumlah varians skor tiap-tiap item

$St$  = varians total

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi, dan sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data. Alat-alat analisis deskriptif yang digunakan antara lain :

### a. Rata-rata Hitung (*mean*)

Rata-rata hitung atau mean dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel  $n$ , maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{n}$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Keterangan :

$\bar{X}$  = rata-rata hitung (mean)

$X_i$  = nilai sampel ke-i

N = jumlah sampel

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### b. Analisis Persentase

Analisis persentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan menggunakan rumus:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

$Fr_i$  = frekuensi relatif ke-i setiap kategori

$\sum f_i$  = jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = total responden

### c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i X_i}{\sum f_i}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = skor rata-rata tertimbang

$f_i$  = frekuensi

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$X_i$  = bobot nilai

Ⓜ  $f_i$  = jumlah responden

**d. Rentang Skala**

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$R_s = \frac{m-1}{m}$$

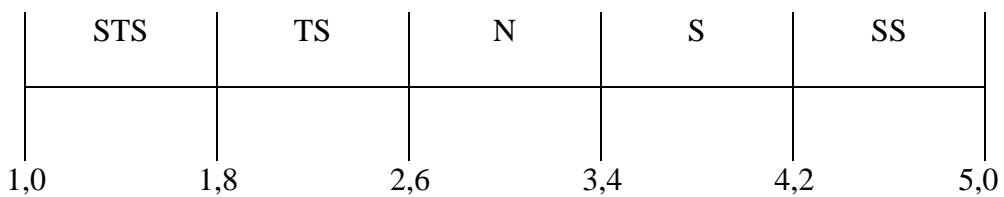
Keterangan:

$R_s$  = Rentang skala penelitian

$m$  = banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0,8$$



**Tabel 3.5**  
**Keterangan Rentang Skala**

Skala	Keterangan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,81 – 2,60	Tidak Setuju (TS)
2,61 – 3,40	Netral (N)
3,41 – 4,20	Setuju (S)
4,21 – 5,00	Sangat Setuju (SS)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Skala Likert

Skala likert didesain untuk melihat seberapa kuat subjek setuju dan tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik. Contoh susunan skala Likert yang dapat digunakan sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Respon terhadap sejumlah hal yang berkaitan dengan konsep atau variabel tertentu, kemudian disajikan kepada tiap responden. Ini adalah skala interval dan perbedaan dalam respon antara dua titik pada skala tetap sama.

### 4. Penilaian Overall Fit

Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator yang ada adalah sebagai berikut:

#### a. Average Path Coefficient (APC)

Nilai *cut-off P-value* untuk APC yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102).

#### b. Average R-Squared (ARS)

Nilai *cut-off P-value* untuk ARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102).

#### c. Average Adjusted R-Squared (AARS)

Nilai *cut-off P-value* untuk AARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**d. Average block VIF (AVIF)**

Ⓒ Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102).

**e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)**

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102).

**f. Tenenhaus GoF**

*GoF* memiliki tiga tingkatan nilai yaitu kecil apabila nilai  $GoF \geq 0,10$ , sedang jika nilai  $GoF \geq 0,25$ , dan besar jika nilai  $GoF \geq 0,36$  (Ghozali dan Latan, 2014:103).

**g. Sympson's Paradox Ratio (SPR)**

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $SPR \geq 0,7$  masih dapat diterima yang artinya 70% atau lebih dari path didalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Ghozali dan Latan, 2014:104).

**h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR)**

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $RSCR \geq 0,9$  masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari path didalam model ini tidak berhubungan dengan kontribusi *R-Squared* negatif (Ghozali dan Latan, 2014:105).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



i. **Statistical Suppression Ratio (SSR)**

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari path didalam model bebas dari statistikal suppression (Ghozali dan Latan, 2014:105).

ii. **Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)**

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari path yang berhubungan didalam model penelitian ini mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Ghozali dan Latan, 2014:105).

**5. Penilaian Model Struktural**

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui *survey* (Ghozali dan Fuad, 2008:335).

Tanda (arah) hubungan antar variabel-variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik dalam penelitian ini antara lain :

(1) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Brand Equity*

$$H_0: \gamma_{31} = 0$$

$$H_a: \gamma_{31} > 0$$

(2) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Brand Credibility*

$$H_0: \gamma_{11} = 0$$

$$H_a: \gamma_{11} > 0$$



(3) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Reputation*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
 $H_0: \gamma_{21} = 0$

$H_a: \gamma_{21} > 0$

(4) Pengaruh *Corporate Brand Credibility* terhadap *Corporate Reputation*

$H_0: \beta_{21} = 0$

$H_a: \beta_{21} > 0$

(5) Pengaruh *Corporate Brand Credibility* terhadap *Corporate Brand Equity*

$H_0: \beta_{31} = 0$

$H_a: \beta_{31} > 0$

(6) Pengaruh *Corporate Reputation* terhadap *Corporate Brand Equity*

$H_0: \beta_{32} = 0$

$H_a: \beta_{32} > 0$

Selain itu, koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada persamaan struktural digunakan untuk mengidentifikasi jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin besar variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen dan semakin baik pula persamaan strukturalnya.

## 6. Pembangunan *Path Diagram*

*Path diagram* merupakan grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, yang memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk. *Path diagram* mampu menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan *error* dalam persamaan tersebut. Oleh karena itu, disarankan untuk membangun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

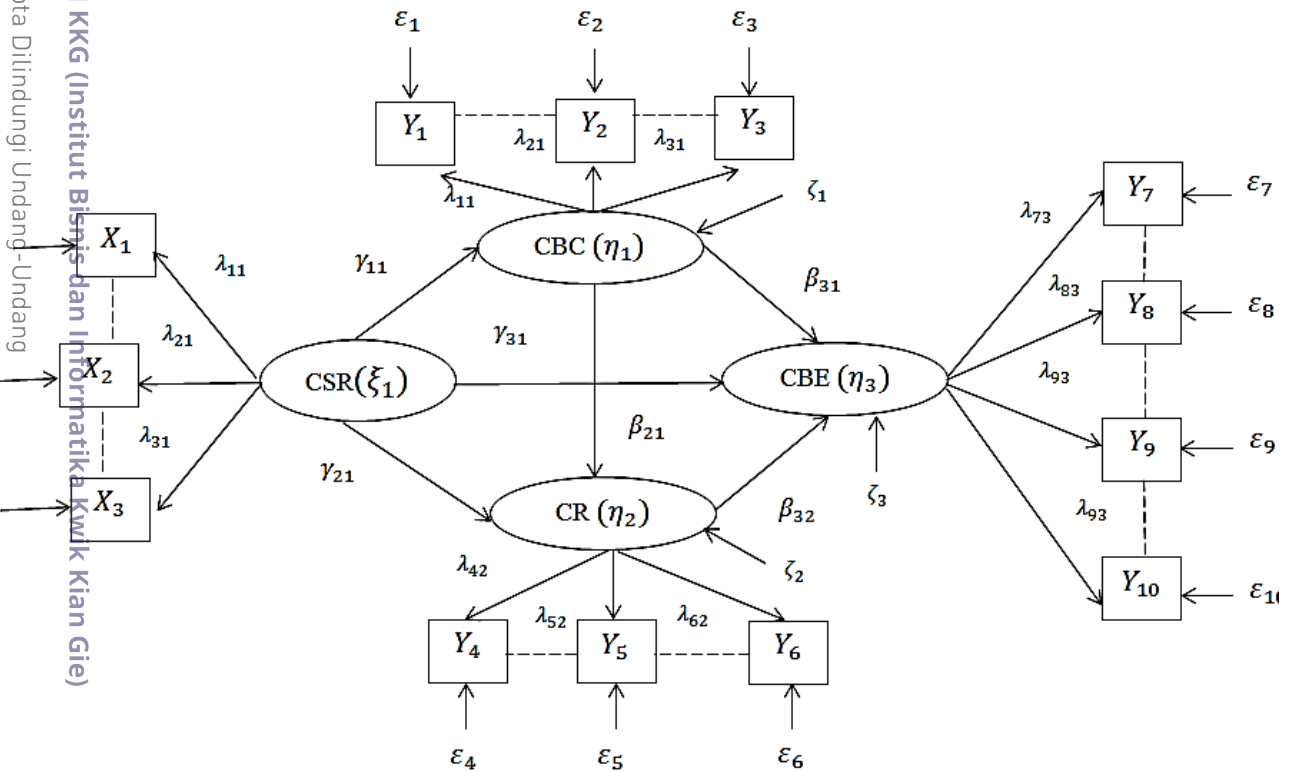
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

path diagram sebelum menspesifikasi model. Gambar 3.1 menunjukkan path diagram yang digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 3.1  
Path Diagram



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti

Keterangan Gambar 3.1 :

- $\xi$  ( $\xi$ ) = Variabel laten eksogen (variabel independen), digambarkan sebagai lingkaran pada model struktural SEM
- $\eta$  ( $\eta$ ) = Variabel laten endogen (variabel dependen, dan juga dapat menjadi variabel independen pada persamaan lain), juga digambarkan sebagai lingkaran
- $\gamma$  ( $\gamma$ ) = Hubungan langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- $\beta$  (beta) = Hubungan langsung variabel endogen terhadap variabel endogen
- $X$  = Indikator variabel eksogen
- $Y$  = Indikator variabel endogen
- $\lambda$  (lambda) = Hubungan antara variabel laten eksogen ataupun endogen terhadap indikator-indikator
- $\delta$  (delta) = Kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel eksogen
- $\zeta$  (Zeta) = Kesalahan dalam persamaan yaitu antara variabel eksogen dan/atau endogen terhadap variabel endogen
- $\epsilon$  (epsilon) = Kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel eksogen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.