

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai metode yang akan digunakan dalam analisis objek penelitian, variable penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sample dan teknik analisis data.

A. OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian yang akan digunakan didalam penelitian ini adalah produk pakaian yang dipasarkan di Mal Golden Truly Jakarta. Sedangkan untuk subjek penelitian didalam penelitian ini hanya dilakukan kepada orang-orang yang tertarik membeli pakaian.

B. DISAIN PENELITIAN

Menurut Woody dalam Siregar (2013:2) penelitian merupakan suatu metode untuk menemukan kebenaran yang juga merupakan pemikiran kritis (*critical thinking*). Penelitian meliputi pemberian definisi, dan redefinisi terhadap masalah, memformulasikan hipotesis atau jawaban sementara, membuat kesimpulan dan sekurang-kurangnya mengadakan pengujian yang hati-hati untuk menentukan apakah ia cocok dengan hipotesis.

Menurut Sekaran dan Bougie (2013:95), desain penelitian adalah cetak biru untuk koleksi, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan penelitian studi. Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan penelitian berdasarkan beberapa aspek yang akan dijelaskan sebagai berikut :





1. Tujuan

Berdasarkan tujuan, tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, karena dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data untuk menggambarkan karakteristik dari suatu peristiwa atau fenomena.

2. Study Settings

Berdasarkan study settings, di dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode noncontrived settings karena, peneliti melakukan penelitian langsung di lapangan.

3. Strategies

Berdasarkan strategies, Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan strategi survey research karena peneliti melakukan survey dan berinteraksi dengan para konsumen dengan cara menyebarkan kuisioner kepada para konsumen.

4. Horizon Waktu

Berdasarkan horizon waktu, Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara cross-sectional studies karena peneliti akan mengumpulkan data hanya sebanyak satu kali saja.

5. Pendekatan penelitian

Berdasarkan pendekatan penelitian, Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian secara kuantitatif. Karena peneliti menggunakan variable-variable sebagai objek penelitian. Sehingga reliabilitas dan validitas merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam menggunakan pendekatan ini. Selain itu, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif ini karena tujuan akhir yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan dan pengaruh serta perbandingan antar variable, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasil.

C. OPERASIONALISASI VARIABLE PENELITIAN :

Variabel penelitian dioperasionalisasikan sebagai berikut :

Variable Independen :

Variable independen adalah variable yang bisa mempengaruhi,terdapat dua variabel independen yakni variabel *price discount* sebagai variabel (X1), kemudian ada variabel *perceived quality* sebagai variabel (X2).

Variable ke 1 (Price Discount)

Price discount adalah salah satu langkah strategi pemasaran yang sering dilakukan oleh perusahaan (manajemen tempat penjualan pakaian di Mall Golden Trully Jakarta) untuk dapat mempengaruhi minat pembelian produk oleh konsumen serta memperkenalkan produk-produk baru terhadap konsumen atau pelanggan.Diharapkan dengan adanya *price discount*, selain untuk meningkatkan omzet penjualan,dapat juga menaikkan penjualan produk-produk yang masih baru ataupun produk-produk yang belum banyak terjual.

**Tabel 3.1.
Dimensi dan item pernyataan Variable Price Discount**

Konstruk	Variabel	Instrumen	Skala
Price discount	1.Besarnya diskon	Golden Truly sering memberikan diskon dalam jumlah yang besar.	Likert
	2.Daya tarik diskon	Golden Truly sering memberikan diskon yang menarik untuk produk-produk pakaian yang dipasarkan.	Likert
	3. Diskon kuantitas	Golden Truly sering memberikan diskon lebih besar bila membeli pakaian lebih dari satu item pada periode waktu tertentu.	Likert

Sumber: diadaptasi dari Anggraeni (2016)



Variable ke 2 Persepsi Kualitas

Persepsi kualitas adalah citra atau reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Dengan kata lain persepsi kualitas merupakan persepsi keseluruhan suatu produk dalam pandangan konsumen atau pelanggan. Biasanya pelanggan mempersepsikan kualitas suatu produk dari berbagai aspek seperti harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, ataupun negara pembuatnya.

Table 3.2.
Dimensi dan item Pernyataan variable Persepsi Kualitas

Konstruksi Persepsi kualitas	Variabel	Instrumen	Skala
Konstruksi Persepsi kualitas	1. <i>Appearance</i>	Penampilan dan style produk-produk pakaian yang dipasarkan di Mall Golden Truly bagus dan mengikuti trend model terbaru	Likert
	2. <i>Performance/keawetan</i>	Produk-produk pakaian yang dipasarkan di Mall Golden Truly memiliki tingkat keawetan yang baik.	Likert
	3. <i>Brand image</i>	Produk-produk pakaian yang dipasarkan oleh Mall Golden Truly berasal dari brand-brand pakaian ternama dan terkenal	Likert
	4. Harga	Harga produk-produk pakaian yang di pasarkan di Mall Golden Truly sesuai dengan kualitas produk tersebut.	Likert
	5. Kenyamanan	Produk-produk pakaian yang dipasarkan oleh Mall Golden Truly nyaman untuk digunakan	Likert

Sumber: Diadaptasi dari Handayani dan Purnika (2015)



Variabel dependen :

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel-variabel independen. Terdapat satu variabel dependen yaitu variabel minat belanja (shopping intention) sebagai variabel (Y).

Variabel Minat Belanja (*Shopping intention*)

Minat beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorangpun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Tabel 3.3.
Dimensi dan item pernyataan variable Minat Belanja (*Shopping Intention*)

Konstruksi	Variabel	Instrumen	Skala
Minat Belanja	1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.	Anda cenderung membeli pakaian yang anda butuhkan di Mall Golden Truly	Likert
	2. Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.	Anda cenderung mereferensikan Mall Golden Truly kepada relasi anda bila ingin membeli pakaian	Likert
	3. Minat Prerefrensial, yaitu minat yang menggambarkan prilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut.	Mall Golden Truly adalah pilihan utama anda bila ingin belanja pakaian	Likert
	4. Minat Eksploratif, minat ini menggambarkan prilaku seseorang yang mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi-informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut	1. Anda berminat untuk membuka sosial media Mall Golden Truly. 2. Anda berminat untuk mengunjungi Mall Golden Truly	Likert

Sumber: Diadaptasi dari Soebagyo dan Subagio (2014)

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.

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

D. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan oleh peneliti untuk mengambil sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Dengan pendekatan subjektif seperti nonprobability sampling, probabilitas dalam memilih elemen populasi tidak diketahui.

Teknik pengambilan sampel tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menggunakan seleksi elemen-elemen untuk mengurangi bias pengambilan sample. Oleh karena itu, dengan menggunakan metode nonprobability sampling, peneliti yakin bahwa sampel yang merupakan perwakilan-perwakilan dari populasi dari mana sampel diambil dan eror atau kesalahan dalam pengambilan sampel dapat dikurangi.

Teknik pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling, menurut Soebagyo dan Subagio (2014), yaitu sampel nonprobabilitas yang pengambilan sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dari responden lebih akurat karena pengambilan sampel ditujukan hanya untuk para responden yang sudah cukup umur dan dianggap memiliki minat belanja dalam hal pakaian dan responden yang memilki ketertarikan tinggi dalam belanja pakaian terutama responden yang pernah membeli pakaian di tempat penjualan pakaian Mall Golden truly Jakarta.





E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Jenis data, sumber data dan teknik pengumpulannya yang digunakan oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Jenis dan Sumber Data

Data yang akan dikumpulkan oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ini didapatkan oleh peneliti melalui komunikasi dengan menggunakan kuisioner yang disebarluaskan kepada para responden yang memiliki kegemaran berbelanja pakaian, terutama pakaian di Mal Golden Truly Jakarta. Untuk dapat memperoleh data-data kuisioner tersebut, penulis akan menggunakan kuisioner yang akan penulis sebarluaskan sendiri kepada responden.

b. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti adalah teknik komunikasi dengan cara menggunakan kuisioner-kuisioner yang disebarluaskan kepada para responden. Jenis kuisioner yang akan digunakan oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah jenis kuisioner tertutup. Berdasarkan daftar pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner yang telah dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh para responden.

Peneliti menetapkan nilai terhadap masing-masing jawaban yang diberikan oleh responden berdasarkan skala Likert. Skala Likert adalah jenis skala yang dapat digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.



Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kesetujuan skal Likert yaitu:

STS = Sangat Tidak Setuju TS = Tidak Setuju R=Ragu-ragu

S Setuju SS = Sangat Setuju

Kemudian, setiap tingkat jawaban diberi skor 1 sampai 5. Nilai 1 untuk jawaban yang *unfavourable* dan nilai 5 untuk jawaban yang *favourable*.

F. TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah menggunakan Statistical Product and Service Solutions (SPSS) dalam pengembangan dan pengujian model serta pengolahan data.

a. Evaluasi Model Pengukuran

1. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan adalah untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam suatu penelitian baik yang bersifat deskriptif, maupun yang bersifat eksplanatif yang melibatkan variable atau konsep yang tidak bisa diukur secara langsung. Masalah validitas tidak sederhana, didalamnya juga menyangkut penjabaran konsep dari tingkat teoritis sampai tingkat empiris. Dalam uji validitas item pertanyaan dapat dikatakan valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Cara menguji validitas konstruk dengan teknik korelasi *product moment* yaitu :

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

1. Dilarang meload atau menyalin 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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

Dimana : N = Jumlah responden

X_i = Skor variable (jawaban responden)

ΣX = Skor total dari variable (jawaban responden)

2. Uji Reliabilitas

Uji 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. Ujian reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal, penguian dapat dilakukan dengan *test-retest*, *equivalent*, dan gabungan kedua-duanya. Sedangkan secara internal, reliabilitas dapat diukur dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu. Teknik pengukuran reliabilitas yang biasanya digunakan adalah teknik *Alpha Cronbach*. Teknik atau rumus ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrument penelitian reliable atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala seperti 1-3 , dan 1-5, serta 1-7 atau jawaban responden yang menginterpretasikan sikap. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik ini apabila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6.

Berikut ini adalah tahap perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach :

A. Menentukan nilai varians setiap butir pertanyaan.

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{n}}{n}$$





B. Menentukan nilai varians total

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

C. Menentukan reliabilitas instrument

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana n = jumlah sample

X_i = jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

∑X = Total jawaban responden untuk setiap pertanyaan

σ_t² = Varians total

σ_b² = Jumlah varians butir

r₁₁ = Koefisiensi reliabilitas instrumen

b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif.

c. Rata-rata hitung

Menghitung rata-rata hitung dengan cara menjumlahkan semua data yang ada kemudian dibagi dengan banyaknya data. Rumus untuk menghitung rata-rata hitung adalah sebagai berikut :

$$x = \frac{X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + \dots + X_i}{n}$$

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



di mana \bar{x} = rata-rata

x_1, x_2, x_3, \dots = setiap data.

n = Jumlah data

d. Simpangan baku (Standar deviasi)

Simpangan baku (Standart deviasi) adalah nilai yang menunjukkan tingkat variasi kelompok data atau ukuran standart penyimpangan dari nilai rata-rata. Lambang dari standart deviasi untuk populasi adalah σ (tho) sedangkan untuk sample = S. Berikut adalah rumus dari standart deviasi untuk sample dan populasi :

$$\sigma^2 = \frac{\sum(x-\mu)^2}{N} \quad (\text{untuk populasi})$$

$$S = \frac{\sum(x-\bar{x})^2}{n-1} \quad (\text{untuk sample})$$

e. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variable atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variable. Nilai korelasi (r) = (-1) $\leq r \leq$ (1). Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1. Sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif(+) dan negative (-).

Table 3.4
tingkat korelasi dan kekuatan hubungan

No	Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat Kuat

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi undang-undang. 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



f. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variable bebas (*independent*) dan satu

variable tidak bebas (*dependent*) dengan rumus $Y = a + b \cdot X$. Di mana persamaan regresi

dalam penelitian ini adalah :

$$\text{Shopping Intention} = a + b \cdot \text{Price Discount}$$

$$\text{Shopping Intention} = a + b \cdot \text{Perceived Quality}$$

$$\text{Perceived Quality} = a + b \cdot \text{Price Discount}$$

Di mana $Y = \text{Minat Belanja (Shopping Intention)}$

$$X_1 = \text{Price Discount}$$

$$X_2 = \text{Perceived Quality}$$

a dan $b = \text{konstanta}$.

g. Regresi Linier Berganda

Penerapan metode regresi berganda jumlah variable bebas (*independent*) yang digunakan

lebih dari satu yang memengaruhi satu variable tak bebas (*dependent*) dengan rumus $Y = a +$

$b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$. Dalam penelitian ini, regresi linier berganda digunakan untuk

mengetahui pengaruh price discount dan perceived quality terhadap shopping intention(

minat belanja). Berikut adalah rumus dari regresi linier berganda dalam penelitian ini :

$$\text{Shopping Intention} = a + b_1 \cdot (\text{Price Discount}) + b_2 \cdot (\text{Perceived Quality}) + \epsilon$$

Dimana $Y = \text{Shopping Intention (Minat Belanja)}$

$$X_1 = \text{Price Discount}$$

$$X_2 = \text{Perceived Quality}$$

$\epsilon = \text{Error}$

a, b_1 dan $b_2 = \text{konstanta}$.



h. Uji Asumsi Klasik

Menurut Priyatno (2014:89) Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas pada model regresi. Model regresi dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik, yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Harus terpenuhinya asumsi klasik agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tak bias dan pengujian dapat dipercaya. Apabila salah satu syarat saja yang tidak terpenuhi, hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).

Berikut ini adalah penjelasan asumsi klasik mengenai normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas :

1. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P Plot of regression standardized residual atau dengan uji one sample Kolmogorov – Smirnov.



2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas artinya antar variable independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variable bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinieritas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Ada beberapa metode untuk uji multikolinieritas yaitu :

- a. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
- b. Dengan melihat nilai tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin – Watson (DW test).

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain adalah uji koefisien korelasi Spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji park, dan uji Gletser.



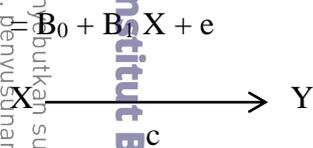
i. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linier berganda. Menurut Robert D. Rutherford dalam Priyatno (2014:189) menyatakan bahwa “ Analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variable bebasnya memengaruhi variable terikat tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung”. Sedangkan menurut Paul Webley dalam Priyatno (2014:189) menyatakan bahwa “ Analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variable”.

Untuk melakukan test mediasi dalam path analysis maka harus dilakukan dengan menggunakan 4 tahap menurut Baron and Kenny (1986). Baron dan Kenny (1986) mengusulkan pendekatan empat langkah di mana beberapa analisis regresi dilakukan dan signifikansi koefisien diperiksa pada setiap langkah. Adapun langkah – langkah yang harus dilakukan untuk melakukan test mediasi dalam path analysis tersebut adalah sebagai berikut :

A. Tahap 1 :

Melakukan analisis regresi sederhana dengan X memprediksi Y untuk menguji path c saja. Y



B. Tahap 2 :

Melakukan analisis regresi sederhana dengan X memprediksi M untuk menguji jalan untuk

jalur a. $M = B_0 + B_1 X + e$

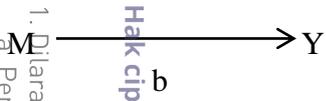


C. Tahap 3 :

1. Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

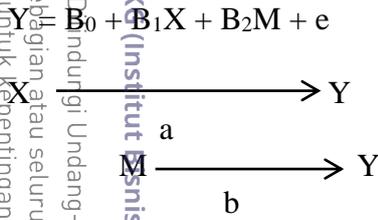


Melakukan analisis regresi sederhana dengan M memprediksi Y untuk menguji signifikansi dari jalan **b** saja. $Y = B_0 + B_1M + e$



D. Tahap 4 :

Melakukan analisis regresi berganda dengan X dan M memprediksi Y.



Hak cipta milik IBIKKG (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.

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