

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Objek penelitian yang akan penulis teliti adalah PT Multi Jaya Gemilang. Sedangkan subjek penelitiannya adalah konsumen perorangan yang pernah menggunakan Produk PT Multi Jaya Gemilang. Jumlah responden dari penelitian ini adalah 100 orang responden. Penelitian ini dilakukan oleh penulis pada rentang waktu Maret - Juli 2017.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2014:126-129), setiap awal dari suatu riset penelitian, setiap peneliti akan dihadapkan kepada desain spesifik seperti apa yang akan digunakan. Ada banyak pendekatan desain yang berbeda-beda, namun tidak ada definisi tunggal yang menjelaskan keseluruhan variasi yang dipertimbangkan.

Pendekatan dalam penelitian ini apabila ditinjau dari perspektif yang berbeda yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.





2. Metode Pengumpulan Data

Ⓒ Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner. Metode pengumpulan data dengan cara ini dipilih untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari responden PT. Multi Jaya Gemilang.

3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Penelitian ini menggunakan *ex post facto study* dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variable, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variable, peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini tergolong kedalam penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan dan berapa banyak. Sedangkan penelitian kausal tujuannya untuk mengamati dan menjelaskan hubungan antar variabel yang terdapat pada penelitian ini. Sehingga dapat dikatakan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Kepuasan Konsumen PT Multi Jaya Gemilang.

Dimensi waktu

Dilihat dari sisi dimensi waktunya, penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional* yang artinya pengumpulan data hanya dilakukan satu kali yaitu pada saat penyebaran kuesioner kepada responden PT. Multi Jaya Gemilang.

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



6. Cakupan Topik

Penelitian ini adalah penelitian statistik yang mencoba untuk menjelaskan karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan), karena data – data didapatkan secara langsung dari responden PT. Multi Jaya Gemilang dengan menyebarkan kuesioner.

8. Persepsi subyek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban - jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Dimana persepsi subyek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti dari konsumen PT. Multi Jaya Gemilang, penulis memperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, yaitu Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen.

1. Indikator Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan ukuran tingkat kepuasan yang berdasarkan pada perasaan konsumen, setelah menggunakan suatu produk. Konsumen akan memberikan tanggapan dengan menunjukkan bagaimana perilaku mereka setelah mendapatkan, atau menggunakan suatu produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKG (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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Brakus, Schmitt dan Zarantonello (2009) kepuasan konsumen

diukur melalui 5 item pertanyaan yaitu :

- a. Saya puas dengan merek dan kinerjanya.
- b. Jika saya membeli produk tersebut maka saya akan membeli merek yang berbeda.
- c. Pilihan saya untuk mendapatkan merek yang ini adalah produk yang bijak.
- d. Saya merasa tidak enak dengan keputusan saya untuk mendapatkan merk ini.
- e. Saya tidak senang dengan apa yang saya lakukan dengan merek ini.

Tabel 3.1
Indikator Kepuasan Konsumen

Variabel	Item Pertanyaan	Skala
Kepuasan konsumen (diadaptasi dari Brakus, Schmitt dan Zarantonello (2009))	Saya puas dengan kualitas produk PT. Multi Jaya Gemilang	Interval
	Jika saya membeli produk serupa maka saya akan membeli produk dari perusahaan lain	Interval
	Pilihan saya untuk mendapatkan produk dari PT Multi jaya gemilang adalah pilhan yang bijak	Interval
	Saya merasa membeli produk dari PT. Multi Jaya Gemilang adalah keputusan yang buruk	Interval
	Saya tidak senang dengan apa yang saya lakukan dengan membeli produk dari PT. Multi Jaya Gemilang	Interval

2 Indikator Harga

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk

memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Indikator dan butir pertanyaan harga menurut penelitian Runtunuwu, Oroh, dan Taroreh (2014) disajikan dalam tabel 3.2 .

Tabel 3.2
Indikator Harga

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Harga (diadaptasi dari Runtunuwu, Oroh, dan Taroreh (2014))	Keterjangkauan Harga	Harga Produk yang dibuat PT Multi Jaya Gemilang terjangkau	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga produk PT. Multi Jaya Gemilang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	Interval
	Daya saing harga	Harga dari PT. Multi Jaya Gemilang bersaing dengan produk lain	Interval
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga Produk sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	Interval
	Potongan harga khusus	Potongan harga yang diberikan PT Multi Jaya Gemilang sesuai dengan kebutuhan	Interval

3. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan suatu barang/ jasa untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diharapkan konsumen. Indikator dan butir pertanyaan menurut penelitian Setiawan, Dhiana, dan Haryono (2015) disajikan dalam tabel 3.3 .

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



Tabel 3.3
Indikator Kualitas Produk

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Kualitas produk diadaptasi dari Setiawan, Dhiana, dan Haryono (2015)	Daya tahan produk	Hasil Cetak PT. Multi Jaya Gemilang bisa digunakan dalam jangka waktu yang lama	Interval
	Kesesuaian produk	Produk yang dibuat sesuai dengan permintaan konsumen	Interval
	Kemudahan dalam penggunaan	Adanya penjelasan mengenai detail produk percetakan yang akan dibuat	Interval
	Kelengkapan produk	Produk yang dibuat sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan konsumen	Interval
	Kecanggihan produk	<i>Design</i> Produk yang dibuat sesuai dengan kebutuhan masa kini	Interval

4. Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan didefinisikan sejauh mana suatu pelayanan dapat memenuhi harapan konsumen. Indikator dan butir pertanyaan menurut penelitian Soenawan dan Malonda (2014) disajikan dalam tabel 3.4 .

Tabel 3.4
Indikator Kualitas Layanan

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



Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Kualitas Layanan (Diadaptasi dari Soenawan dan Malonda, 2012)	Reliabilitas	Percetakan PT. Multi Jaya Gemilang memiliki reputasi yang baik	Interval
	Daya Tanggap	PT. Multi Jaya Gemilang memberikan tanggapan yang baik saat timbul masalah	Interval
	Jaminan	PT. Multi Jaya Gmilang memberikan solusi terbaik saat timbul masalah	Interval
	Empati	PT. Multi Jaya Gemilang menjaga dan memberikan perhatian terhadap kebutuhan-kebutuhan konsumen.	Interval
	Bukti fisik	PT. Multi Jaya Gemilang Menyerahkan produk dalam keadaan yang baik	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

D. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat 2 teknik dalam pengumpulan data yaitu teknik observasi dan teknik komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi. Teknik komunikasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden pengguna jasa percetakan.. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui referensi buku-buku, jurnal, dan website yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Institusi 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.



E. Teknik Pengambilan Sampel

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

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau yang juga disebut pengambilan sampel secara tidak acak. Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, dimana pengambilan anggota sampelnya dilakukan dengan memilih responden yang sudah pernah memesan produk.

F. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, data harus diolah agar dapat berguna bagi penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) untuk pengembangan, pengujian model, dan pengolahan data.

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali dan Fuad (2008:329) uji validitas adalah 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 *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 memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, skewness (kemencengan distribusi).

a. Rata - rata hitung (*mean*)

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai - nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus rata - rata hitung populasi adalah:

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

Keterangan :

\bar{X} = Rata-rata hitung

Xi = Data

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



n = Jumlah data

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Analisis Persentase (%)

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase terutama dalam mendeskripsikan data responden yaitu jenis kelamin, usia, frekuensi konsumsi dan pekerjaan. Rumus yang digunakan adalah:

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

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 digunakan untuk rata-rata tertimbang adalah:

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

Keterangan :

F_i : Frekuensi

X_i : Bobot nilai

$\sum f_i$: Jumlah responden

d. Rentang Skala

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

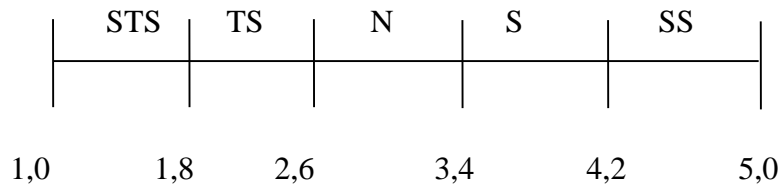


Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Range} = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

- m : Rata - rata nilai tertinggi
p : Rata - rata nilai terendah
b : Jumlah kelas / banyaknya kategori



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3 Skala Likert

Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan partisipan dengan memberi skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan, dan skor-skor ini dapat mengukur sikap partisipan secara keseluruhan. Penggunaan skala likert akan menghasilkan data interval (Cooper dan Schindler, 2006:40). Penelitian ini menggunakan skala likert

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



dimana responden diberikan pilihan untuk memilih dengan lima tingkat

© sebagai berikut:

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

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).

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 ≤ 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 ≤ 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).

i. *Statistical Suppression Ratio (SSR)*

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



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).

j. *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 survei (Ghozali dan Fuad, 2008:335).

a. 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 adalah:

(1) Pengaruh *Daya Tarik Harga* terhadap *Kepuasan Konsumen*

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

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

(2) Pengaruh *Kualitas Produk* terhadap *Kepuasan Konsumen*

$$H_0: \gamma_{12} = 0$$

$$H_a: \gamma_{12} > 0$$

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

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.



(3) Pengaruh *Kualitas Layanan* terhadap *Kepuasan Konsumen*

$$H_0: \gamma_{13} = 0$$

$$H_a: \gamma_{13} > 0$$

- b. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural mengidentifikasi jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga semakin baik persamaan struktural (Ghozali dan Fuad, 2008:336).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

G. Pembangunan Path Diagram

Path diagram merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada satu model berhubungan satu sama lain, yang memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu kita dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk sebelumnya. Jika path diagram dibangun secara benar, maka persamaan aljabar akan di tunjukan dengan benar termasuk eror yang terjadi dalam persamaannya. Oleh karena itu, disarankan untuk membangun path diagram sebelum menspesifikasi model.

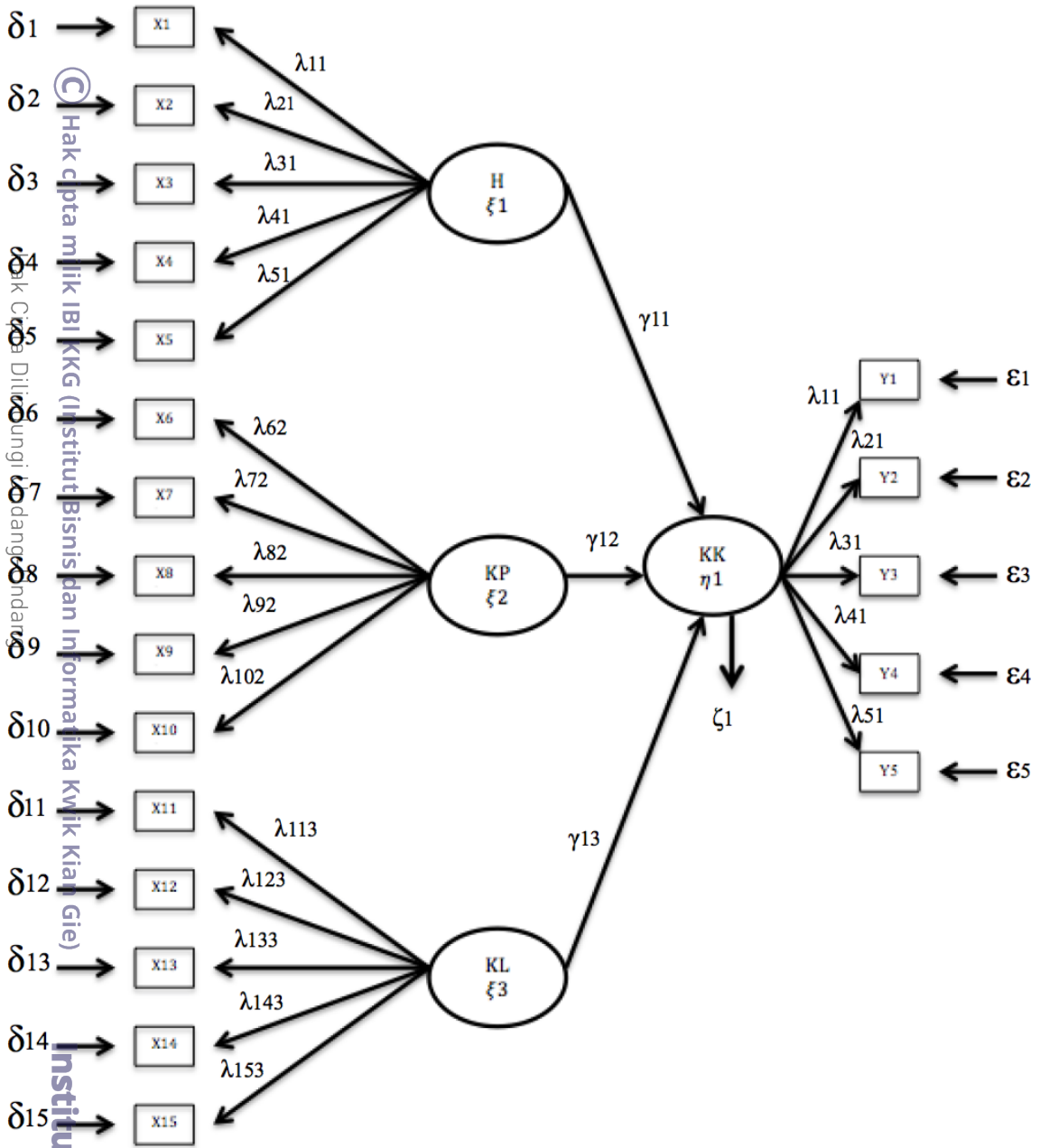
Gambar 3.1
Diagram Path

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



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti

Keterangan (Ghozali dan Fuad, 2008):

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.



ξ (ksi)

= Variabel laten eksogen (variabel independent), digambarkan sebagai lingkaran pada model struktul SEM

©

η (eta)

= variabel laten endogen (variabel dependent, dan juga dapat menjadi variabel independent pada persamaan lain), juga digambarkan sebagai lingkaran

γ (gamma)

= Hubungan langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen

β (beta)

= Hubungan langsung variabel endogen terhadap variabel endogen

X

Y

λ (lambda)

= Indikator variabel eksogen
= Indikator variabel endogen
= Hubungan antara variabel laten eksogen ataupun endogen terhadap indikator-indikator

δ (delta)

= Kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel eksogen

ζ (Zeta)

= kesalahan dalam persamaan yaitu antara variabel eksogen dan/atau endogen terhadap variabel endogen

ϵ (epsilon)

= kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel endogen

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.



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

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