



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang berisi obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

Dalam teknik pengumpulan data dibahas mengenai cara mengumpulkan data, menjelaskan data yang diperlukan dan bagaimana teknik pengumpulan data yang digunakan. Selanjutnya adalah teknik pengambilan sampel, yaitu penjelasan mengenai teknik memilih anggota populasi menjadi anggota sampel. Terakhir, akan dibahas teknik analisis data yang berisi metode analisis yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian, serta rumus-rumus statistik yang digunakan dalam perhitungan dan program komputer yang diperlukan dalam pengolahan data.

A. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Layanan First Media. Objek pengamatan dalam penelitian ini adalah mengenai kepuasan pada layanan First Media. Penelitian ini dilakukan secara online dengan subjek penelitian adalah pelanggan yang telah memakai jasa First Media.

©

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.



B. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian (Cooper dan Schindler, 2014:124). Menurut Cooper dan Schindler (2014: 126-129) ada delapan perspektif klasifikasi desain penelitian, yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Derajat kristalisasi pertanyaan riset merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Dalam studi ini dapat bersifat eksplorasi atau formal. Penelitian ini menggunakan studi formal yang dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan riset yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Klasifikasi ini membedakan antara proses monitoring dan komunikasi. Berdasarkan perspektif metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi dan pengamatan dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan jawabanjawabannya melalui cara personal atau nonpersonal.

3. Pengontrolan Variabel oleh Periset

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* (desain laporan sesudah fakta). Dalam hal ini, peniliti tidak memiliki control terhadap variabel-variabel, artinya peniliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya. Peniliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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. Tujuan Studi

Ada dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian ini tergolong dalam studi kausal (sebab-akibat), karena penelitian ini mencoba menjelaskan hubungan antara variabel-variabel. Peneliti ingin menjelaskan sebab-akibat untuk menunjukkan pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan First Media di Jakarta Utara.

5. Dimensi Waktu

Ditinjau dari dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi lintas *cross-sectional*. Penelitian ini dilaksanakan hanya satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini merupakan studi statistik yang didesain untuk memperluas studi, bukan untuk memperdalamnya. Penelitian ini berupaya memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Riset

Dilihat dari lingkungan risetnya, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan), karena data yang digunakan merupakan data yang didapatkan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner.

8. Persepsi Peserta

Penelitian ini berdasarkan hasil kesimpulan yang bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian dimana persepsi subyek peneliti dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Walaupun tidak ada bukti yang jelas akan adanya upaya responden untuk menyenangkan periset melalui dugaan hipotesis yang berhasil atau bukti-bukti adanya sabotase, pada saat peserta percaya bahwa sesuatu di luar kebiasaan sedang berlangsung, mereka kemungkinan berperilaku tidak alami. Oleh karena itu, peneliti berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian yang sedang peneliti lakukan.

Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang terdapat dalam Bab I, maka variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu kepuasan pelanggan, kualitas layanan, citra merek, kepercayaan merek. item pertanyaan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

1. **Kualitas Layanan** adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik. Meskipun demikian, semakin banyak produsen, distributor, dan pengecer yang menyediakan jasa bernilai tambah, atau layanan pelanggan yang sangat baik, untuk mendiferensiasikan diri mereka. Pengukuran variabel kualitas layanan dengan dimensi dan indikator yang disajikan pada tabel 3.1:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Tabel 3.1
Butir Pernyataan Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p>Kualitas Layanan (X1)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	Keandalan (<i>Reliability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kualitas kecepatan layanan Internet yang diberikan sesuai dengan janji ➤ Saluran channel tv kabel yang diberikan sesuai dengan janji 	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kesiediaan pihak First Media dalam menanggapi masalah pelanggan ➤ Kesiediaan pihak First Media dalam menanggapi keluhan pelanggan 	Likert, dimana dari nilai 1= sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan ➤ Karyawan memiliki kemampuan dalam memperbaiki gangguan 	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Empati (<i>Empathy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Karyawan sungguh-sungguh dalam menanggapi pertanyaan pelanggan ➤ Karyawan sungguh-sungguh dalam memperbaiki gangguan layanan yang dialami pelanggan 	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Peralatan yang diberikan bekerja dengan baik ➤ Karyawan memiliki penampilan yang rapih 	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju

1. Uraian 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.



2. **kepercayaan merek** merupakan sebuah perilaku kerelaan konsumen pada umumnya untuk bergantung pada kemampuan merek tersebut menggambarkan fungsi produknya. Pengukuran variabel kepercayaan merek dengan melalui dimensi dan indikator pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2:

Tabel 3.2
Butir Pernyataan Kepercayaan Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepercayaan Merek (X2)	viabilitas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Merek First Media memberikan kepuasan bagi pelanggan ➤ Merek First Media memberikan nilai bagi pelanggan 	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	intensionalitas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Merek First Media memberikan kepercayaan bagi pelanggan ➤ Merek First Media memberikan rasa aman dari segi fungsi dan pelayanannya 	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju

3. Citra Merek

merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing. Pengukuran variabel citra merek adalah dengan melalui dimensi dan indikator pernyataan yang disajikan pada tabel 3.3:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Tabel 3.3
Butir Pernyataan Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra Merek (X3) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Identitas Merek	➤ Logo pada First Media mudah dikenali	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Kepribadian Merek	➤ First Media memiliki karakter merek yang berbeda dari merek yang lain	Likert, dimana dari nilai 1= sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Asosiasi Merek	➤ First Media merupakan penyedia layanan internet cepat dan tv kabel yang berkualitas	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Sikap Merek	➤ First Media memberikan kualitas layanan yang baik	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju

4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pengukuran variabel *kepuasan pelanggan* adalah dengan melalui dimensi dan indikator yang disajikan pada tabel 3.4:





Tabel 3.4
Butir Pernyataan Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y1) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Melakukan pembelian ulang secara teratur	➤ Pelanggan First Media menggunakan layanan secara berulang	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Membeli antar lini produk atau jasa	➤ Pelanggan First Media tidak hanya menggunakan layanan internet cepat dan tv cable	Likert, dimana dari nilai 1= sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Merekomendasikan kepada orang lain	➤ Pelanggan First Media akan merekomendasikan layanan First Media kepada orang lain	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju
	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing	➤ Pelanggan tetapi menggunakan Layanan First Media meskipun ditawarkan layanan pesaing	Likert, dimana dari nilai 1 = sangat tidak setuju sampai nilai 5 = sangat setuju

D. Teknik Pengumpulan Data

Perlu diputuskannya jenis data yang perlu ditetapkan, dimana sumber datanya, dan dengan teknik apa data dapat dikumpulkan agar data-data yang diperlukan dapat dimiliki. Sumber penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang dapat diperoleh langsung dari sumber pertama (subyek penelitian) yaitu pelanggan yang telah menggunakan layanan First Media.





Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dan pengamatan dengan cara menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yaitu pelanggan yang telah menggunakan layanan First Media. 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 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

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*. Pada metode *non probability sampling*, peneliti dapat meyakinkan bahwa sampel merupakan perwakilan populasi dari mana sampel ditarik dan eror dalam pengambilan sampel juga dapat dikurangi.

Teknik *judgement sampling* adalah jenis teknik *non probability sampling* yang akan digunakan. Teknik *judgment sampling* adalah, yaitu sampel non probabilitas yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini



kriteria yang digunakan adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian pada layanan First Media, sehingga penyebaran kuesioner terarah kepada kriteria tersebut

F. Teknik Analisis Data

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 Ghazali 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 adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel.

a. Rata-rata Hitung (\bar{x})

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:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung

x_i = nilai sampel ke- i

n = jumlah sampel

b. Analisis Persentase

Analisis presentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan

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 IBIKGG.

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



sebagainya. Analisis profil dilakukan dengan menghitung presentase dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke-i setiap kategori
 f_i = jumlah kategori yang termasuk kategori i
 n = total responden

c. Rata-rata Tertimbang

Rumus dari rata-rata tertimbang adalah:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor

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 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.

setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

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

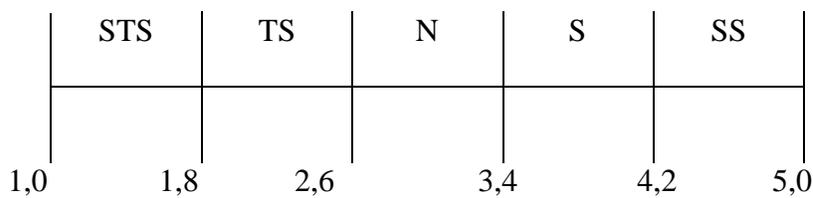
Keterangan:

Rs = Rentang skala penelitian m

m = banyaknya kategori

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

$$Rs = \frac{5-1}{5} = 0.8$$





Tabel 3.5
Tabel 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)

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 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:

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.



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

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.



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. Simpson'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 *Sympton'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)

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

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.



mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah Ghozali dan Latan, 2014:105).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

5. Pengujian Hipotesis

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 Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

$$H_0: \gamma_{11} = 0 \quad H_a: \gamma_{11} > 0$$

- (2) Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan

$$H_0: \gamma_{12} = 0 \quad H_a: \gamma_{12} > 0$$

- (3) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

$$H_0: \gamma_{13} = 0 \quad H_a: \gamma_{13} > 0$$

- 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)

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.