KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pengantar

Seperti telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya bahwa model penelitian ini menyampaikan suatu model empirik. Model empirik tersebut digunakan untuk memecahkan masalah penelitian yaitu bagaimana hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada restoran Sushi Tei di Kelapa Gading .

Sehubungan dengan itu maka pada Bab III ini akan menjelaskan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2011: 140), di setiap permulaan studi riset, setiap orang menghadapi tugas untuk memilih desain spesifik yang akan digunakan. Ada banyak pendekatan desain yang berbeda yang tersedia, namun tidak ada sistem klasifikasi sederhana yang menjabarkan keseluruhan variasi yang harus dipertimbangkan. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bila ditinjau dari berbagai perspektif yang bebeda yaitu:

1. Tingkat Perumusan Masalah

   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 restoran Sushi Tei di Kelapa Gading.

3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Pengendalian variabel memandang aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel. Pengendalian dibedakan menjadi dua, yaitu experiment dan ex post facto study. Penelitian ini menggunakan ex post facto study dimana peneliti tidak memiliki control atas variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variabel. Peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Penelitian deskriptif menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan, dan berapa banyak. Studi kausal mengamati dan menjelaskan hubungan antar variabel. Penelitian ini bertujuan bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada restoran Sushi Tei di Kelapa Gading.

5. Dimensi Waktu.

Jenis dimensi waktu yang digunakan adalah cross-sectional. Data dikumpulkan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini adalah penelitian statistik. Penelitian statistik dirancang untuk mempelajari luas daripada kedalaman. Penelitian ini mencoba untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik suatu sample. Hipotesis diuji secara kuantitatif.

7. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi yang dilakukan di Sushi Tei Cabang Kelapa Gading. Studi lapangan dilakukan untuk memperoleh data serta melakukan pengolahan terhadap data-data yang diperoleh.

8. Persepsi Subjek

Persepsi subjek atau responden berpengaruh terhadap proses penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

C. Obyek Penelitian

Obyek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah restoran Sushi Tei di Kelapa Gading. Sedangkan subyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi makanan di Sushi Tei. Peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Sushi Tei melalui kepuasan konsumen. Penelitian ini mengambil 100 orang responden. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2014.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini yang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

terdiri dari 4 variabel, yaitu kualitas produk, kualitas layanan, loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen yang dioperasionalisasi sebagai berikut :

Tabel 3.1.1

Indikator dan Pengukuran Variabel

Kualitas Produk

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SKALA
Kualitas Produk Kotler dan Keller (2009: 8)	Mutu Kinerja	Produk selalu dalam keadaan baik	Produk yang ditawarkan di Restoran Sushi Tei selalu dalam keadaan baik	Interval
	Bentuk	Bentuk dan model yang sesuai selera konsumen	Bentuk makanan pada restoran Sushi Tei sesuai selera	Interval
		Ukuran yang sesuai dengan keinginan Konsumen	Ukuran produk ditawarkan restoran Sushi Tei sesuai dengan keinginan konsumen	
	Keistimewaan	Keunikan menu makanan yang ditawarkan	Menu makanan yang ditawarkan pada restoran Sushi Tei memiliki rasa unik	Interval
	Mutu Kesesuaian	Produk yang diharapkan tidak berubah dari waktu ke waktu	Rasa makanan pada restoran Sushi Tei konsisten dari waktu ke waktu	Interval
	Gaya	Penampilan produk yang menarik	Tampilan makanan pada Restoran Sushi Tei menarik	Interval

Sumber : Kotler dan Keller (2009)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.1.2

Indikator dan Pengukuran Variabel

Kualitas Layanan

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SKALA
Kualitas Layanan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2009: 111)	Daya tanggap	1. Daya tanggap karyawan dalam melayani permintaan konsumen	1. Karyawan restoran Sushi Tei cepat dalam melayani permintaan konsumen	Interval
		2. Kesigapan karyawan dalam menghadapi permasalahan konsumen	2. Karyawan restoran Sushi Tei tanggap dalam menghadapi permasalahan konsumen	
		3. Ketanggapan karyawan dalam menanggapi keinginan konsumen	3. Karyawan restoran Sushi Tei selalu mau membantu konsumen 4. Karyawan restoran Sushi Tei yang selalu memiliki waktu untuk merespon permintaan konsumen	
	Jaminan	1. Pengetahuan para pegawai	1. Karyawan restoran Sushi Tei memiliki pengetahuan dalam menjawab setiap pertanyaan konsumen	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.1.2 (lanjutan)

Indikator dan Pengukuran Variabel

Kualitas Layanan

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SKALA
		2. Keramahan para pegawai	2. Karyawan Restoran Sushi Tei melayani konsumen dengan ramah	
		3. Kredibilitas Perusahaan	3. Restoran Sushi Tei memiliki reputasi yang baik	
	Empati	1. Memahami keinginan konsumen	1. Karyawan restoran Sushi Tei memahami keinginan konsumen	Interval
		2. Selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	2. Adanya kemudahan untuk memberikan kritik dan saran pada restoran Sushi Tei	
	Bukti Fisik	1. Fasilitas fisik	1. Tempat yang disediakan restoran Sushi Tei selalu dalam keadaan bersih	Interval
		2.Penampilan pegawai	2. Karyawan restoran Sushi Tei berpenampilan rapi	

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.1.2 (Lanjutan)

Indikator dan Pengukuran Variabel

Kualitas Layanan

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SKALA
		3. Kenyamanan	3. Saya merasa nyaman ketika berada di restoran Sushi Tei	Interval

Sumber : Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2009)

Tabel 3.1.4

Indikator dan Pengukuran Variabel

Loyalitas Pelanggan

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SKALA
Loyalitas pelanggan	*Repeat purchases intention*		Saya akan melakukan pembelian berulang Sushi Tei karena cocok dengan selera	Interval
Ganest, Arnold, dan Reynold (2000: 21)	*Resistance to Counter Persuasion*		Saya akan tetap mengkonsumsi Sushi Tei meskipun ada restoran Jepang yang lain lainnya	Interval
	Self Stated Retention		Saya membeli Sushi Tei karena kebiasaan	Interval
	Price Insensitivity		Saya akan tetap membeli Sushi Tei walaupun dengan harga yang lebih mahal	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.1.3 (Lanjutan)

Indikator dan Pengukuran Variabel

Loyalitas Laayanan

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SKALA
	Positive Recommendation to Other People		Saya merekomendasikan Sushi Tei kepada orang lain	Interval

Sumber : Ganesh, Arnold, dan Reynod (2000)

Tabel 3.1.4

Indikator dan Pengukuran Variabel

Kepuasan Konsumen

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SKALA
Kepuasan Konsumen	Faktor emosi	Pelanggan merasa bangga ketika berada di tempat tersebut	Saya merasa bangga ketika berada di restoran Sushi Tei	Interval
Handi Irawan (2002: 37-40)	Harga	Harga yang ditawarkan memuaskan konsumen	Harga yang ditawarkan restoran Sushi Tei memuaskan konsumen	Interval
	Kemudahan	Kemudahan untuk menemukan tempat	Restoran Sushi Tei mudah untuk ditemukan	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.1.4 (lanjutan)

Indikator dan Pengukuran Variabel

Kepuasan Konsumen

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SKALA
	Kualitas layanan	Pelanggan diberikan pelayanan dengan cepat	Restoran Sushi Tei memberikan pelayanan yang cepat	Interval
	Kualitas produk	Pelanggan puas setelah membeli dan mengkonsumsi produk tersebut	Saya puas setelah membeli dan mengkonsumsi makanan di Sushi Tei	Interval

Sumber : Handi Irawan (2002)

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penilitian, pengumpulan data atau informasi merupakan hal yang penting untuk mendukung keberhasilan suatu penelitian. Dalam usaha mengumpulkan data yang dibutuhkan, penulis menggunakan teknik survei dimana data primer didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada subyek penelitian. Menurut Sugiyono (2009 : 199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tujuan kuesioner adalah untuk memperoleh data berupa jawaban responden yang dijadikan informasi untuk penelitian.

F. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran (2006: 121), populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal yang ingin peneliti investigasi, sedangkan sampel menurur Uma Sekaran (2006: 123) adalah sebuah proses menyeleksi

kumpulan-kumpulan elemen dari sebuah populasi penelitian untuk menjadi wakil dari populasi tersebut.

Data yang diperoleh dari sumber data yang akan diteliti, diambil dengan cara *non-probability sampling* atau yang disebut juga dengan penarikan sampel secara tidak acak. Dalam penggunaan *non-probability sampling* ini, pengetahuan, kepercayaan, dan pengalaman seseorang seringkali dijadikan pertimbangan untuk menentukan anggota populasi yang digunakan sebagai sampel. Dengan demikian tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih secara acak sebagai sampel.

Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling* atau sampling pertimbangan, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu. Kriteria yang diambil adalah sebagai berikut:

1) Umur 18 tahun – 65 tahun
2) Kunjungan terakhir miniman 6 bulan yang lalu
3) Konsumen ditemui di lokasi langsung

Untuk mencari *n* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \text{jumlah pertanyaan x } 5$$

Dengan data di atas, maka perhitungan sampel yang digunakan untuk penelitian adalah sebagai berikut:

$$19 \text{ x } 5 = 95$$

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis telah menetapkan bahwa sampel yang akan diambil adalah konsumen yang melakukan kegiatan pembelian di Restoran Sushi Tei dengan jumlah responden sebanyak 95 orang dan peneliti bulatkan menjadi 100 orang yang berdomisili di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

G. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka penulis mengolah data tersebut untuk dianalisis agar menjadi informasi yang berguna untuk menjawab masalah yang ada. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner, suatu kuisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner maupun untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung}(nilai *Corrected Item – Total Correlation* pada *output Cronbach Alpha*) dengan nilai r_{tabel}untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dalam hal ini n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel independen. Jika r_{hitung}lebih besar dari r_{tabel}dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011:52).

Bila : $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.

$r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Ghozali (2011:47) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Repeated Measure atau pengukuran ulang : Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. One Shot atau pengukuran sekali saja : Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untung mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha.

Menurut Nunnally dalam Ghozali (2011:48), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha*> 0,70. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka reliabel, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak reliabel.

H. Skala Data

1. Skala Likert

Menurut Sekaran (2009: 152), skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik, dimana 1 menunjukkan nilai terendah sedangkan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi.

Skala Peringkat	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

2. Analisis Deskriptif

Pengertian statistik deskriptif menurut Sugiyono (2009: 206), adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum dan generalisasi. Perhitungan deskriptif statistik dapat dilakukan melalui :

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:

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

Keterangan:

$\bar{X}$ = Rata-rata hitung

Xi = Data

n = Jumlah data

b. Analisis persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase terutama dalam mendeskripsikan data responden yaitu jenis kelamin, usia, frekuensi mengkonsumsi dan pekerjaan.

Rumus yang digunakan adalah:

$$Pj = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan :

Pj : Persentase dari responden yang dimiliki

fi : Jumlah responden yang memiliki kategori tertentu

∑*fi* : Jumlah responden

c. Rata-rata tertimbang

Rumus yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum fi.Xi}{\sum fi}$$

Keterangan :

Fi : Frekuensi

Xi : Bobot nilai

∑fi : Jumlah responden

3. Analisis Regresi

Regresi yang baik adalah regresi yang BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), yaitu prediksi linear yang tidak bias. Supaya BLUE maka harus memenuhi kriteria dalam uji klasik, uji klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas dan uji multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas diukur dengan mengujikan uji statistik non parametrik *Kalmogorov – Smirnov* (K – S), dengan hipotesis:

Ho : residual data berdistribusi normal

Ha : residual data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

(1) Ho tidak ditolak bila probabilitas $\geq \alpha$ (0,05)

(2) Ho ditolak bila probabilitas $\leq \alpha$ (0,05)

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2009: 95), pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel - variabel ini tidak ortogonal (variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol). Multikolinearitas dapat ditentukan dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance* pada tabel *coefficient*. Hipotesisnya adalah:

Ho : tidak terjadi multikolinearitas

Ha : terjadi multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan:

1.Jika nilai *tolerance* $\geq$ 0,10 atau VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

2.Jika nilai *tolerance*< 0,10 atau VIF ≥ 10 maka terdapat multikolinieritas.

4. Model Regresi

Model persamaan dari penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan analisis yang umum digunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas.

Model persamaan penelitian ini:

Dimana:

$$LK = \beta_0 + \beta_1 KP + \beta_2 KL + \beta_3 KK$$

LK = Loyalitas Konsumen

KP = Kualitas Produk

KL = Kualitas Layanan

KK = Kepuasan Konsumen

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2011: 512) mengatakan bahwa koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2. Hal ini mempunyai banyak tujuan. Sebagai sebuah indeks yang sesuai, koefisien ini diinterpretasikan sebagai sebuah proporsi total dari varians dalam Y yang dijelaskan oleh X. Sebagai ukuran hubungan linear, koefisien ini menunjukkan seberapa baik garis linear sesuai dengan data. Koefisien determinasi juga merupakan indikator penting bagi akurasi prediktif dari persamaan yang dihasilkan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat signifikasi model regresi, apakah model regresi penelitian fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS 19.0 adalah sebagai berikut:

Ho : $\beta_1=\beta_2 = 0$

Ho : $\beta_1=\beta_2=\beta_5$

Ho : β_5

Ha : paling sedikit ada satu $\beta_i \neq 0$

1) Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dan sig. F untuk model regresi
2) Bandingkan nilai sig. F dengan $\alpha = 0.05$
   a) Jika nilai sig. F $\geq$ 0.05, maka model tidak fit dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
   b) Jika nilai sif. F $\leq$ 0.05, maka model fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian

c. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikasi model regresi, apakah setiap variabel *independent* berpengaruh positif pada variabel *dependent*. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dalam penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikasi koefisien dari setiap variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variabel *independent*

signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS 21.0 adalah sebagai berikut:

$Ho_i : \beta_i = 0$

$Ha_i : \beta i > 0$

1) Dari tabel *coefficient* diperoleh nilai t hitung dan Sig. t untuk masing-masing variabel *independent* yang diuji
2) Bandingkan nilai Sig. t (*one tailed*) dengan $\alpha = 0.05$
   a) Jika nilai Sig. t (*one tailed*) $\geq \alpha$, maka variabel *independent* tidak cukup bukti berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.
   b) Jika nilai Sig. t (*one tailed*) $< \alpha$, maka variabel *independent* cukup bukti berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

Catatan: untuk memperoleh Sig. t (*one tailed*), maka nilai Sig. t keluaran SPSS dibagi dengan dua.

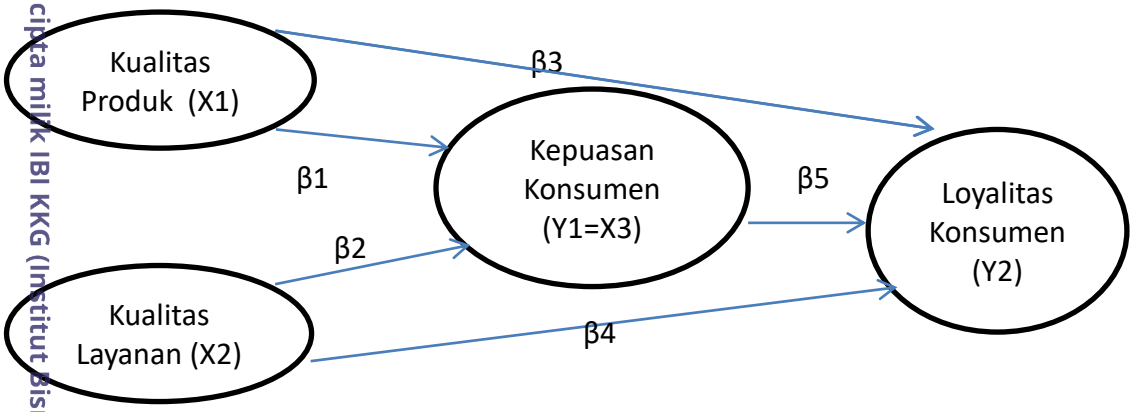
5. Analysis Path

Menurut Imam Ghozali (2011: 249), untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 3.1

Analysis Path



Gambar di atas merupakan gambar model penelitian. Anak panah menunjukkan hubungan antar variabel. Setiap nilai p menggambarkan jalur dan koefisien jalur, dari gambar di atas dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \qquad (1)$$

$$Y_2 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_5 X_3 \qquad (2)$$

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

6. Analisis Mediasi

A. Sobel Test

Sobel test adalah suatu tes yang diciptakan oleh Sobel (1982) dan hingga saat ini sering dipakai. Beberapa sumber menyatakan tes ini sebagai metode delta. Tes ini membutuhkan suatu standar error dari a atau Sa (setara dengan alt_a dimana t_a adalah tes t dari koefisien a) dan standar error dari b atau S_b. *Sobel test* menyediakan suatu estimasi dari standar error ab yang mana hasilnya adalah akar dari :

$$b^2 s_{a^2} + a^2 s_{b^2}$$

Sobel test adalah suatu uji yang konservatif (MacKinnon, Warsi, & Dwyer, 1995), dan memiliki kekuatan yang sangat rendah. Alasan utama dari tes ini menjadi konservatif adalah bahwa distribusi sampel dari ab sangat miring. Jika nilai ab adalah positif, ada tingkat kemiringan yang positif dengan tingkat estimasi yang kecil dari ab dan sedikit nilai yang besar.

Penurunan standard error Sobel menganggap bahwa perkiraan jalur a dan b adalah independen, sesuatu yang benar ketika tes dari regresi berganda tetapi tidak benar kalau tes lain yang digunakan (misalnya, regresi logistik, pemodelan persamaan struktural, dan bertingkat modeling). Dalam kasus tersebut, peneliti idealnya memberikan bukti kemerdekaan perkiraan. The Sobel pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien standar atau unstandardixed. Perawatan harus diambil untuk menggunakan kesalahan standar yang sesuai jika koefisien standar yang digunakan

The Sobel tes sangat konservatif (MacKinnon, Warsi, & Dwyer, 1995), dan sehingga memiliki daya yang sangat rendah. Alasan utama untuk uji bersikap konservatif adalah bahwa distribusi sampling dari ab sangat miring. Jika ab positif, ada condong positif dengan perkiraan

banyak kecil b dan beberapa yang sangat besar. Karena tes Sobel menggunakan pendekatan normal yang menganggap distribusi simetris, itu palsu menganggap simetri yang mengarah ke uji konservatif.

Sobel test statistic:

$$z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 \mathrm{SE}_a^2) + (a^2 \mathrm{SE}_b^2)}}$$

di mana a adalah koefisien regresi untuk hubungan antara variable independen dan mediator, b adalah koefisien regresi untuk hubungan antara mediator dan variabel dependen, laut adalah standard error dari hubungan antara variabel independen dan mediator, dan SEb adalah standard error dari hubungan antara variabel mediator dan variabel terikat.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.