



BAB III

METODE PENELITIAN



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

A. Pengantar

Pada Bab III ini akan dijelaskan mengenai objek penelitian, desain penelitian, definisi operasional dan pengukuran variable penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

B. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen Bandar Djakarta di wilayah Ancol Jakarta Utara. Dengan objek penelitian brand prestige, customer satisfaction dan behavioral loyalty pada restoran Bandar Djakarta Ancol. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara langsung kepada konsumen Bandar Djakarta Ancol. Penelitian mengambil sampel 155 orang responden yang dilakukan pada bulan Maret 2016 – Agustus 2016.

C. Desain Penelitian

Menurut Donald R.Cooper dan S.Schinder (2008:142), metode penelitian dikelompokkan dengan menggunakan delapan perspektif. Berikut adalah desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Tingkat perumusan masalah

Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan dan mencakup beberapa prosedur yang cermat dan rincian-rincian

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.

mengenai sumber data. Desain penelitian formal ini bertujuan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode pengumpulan data

Dalam rangka mengumpulkan data untuk penelitian ini, peneliti melakukan komunikasi langsung dengan responden dengan menyebarkan kuisioner. Metode pengumpulan data dengan cara ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang bersumber langsung dari responden Bandar Djakarta Ancol.

3. Pengendalian variabel-variabel oleh peneliti.

Pengendalian variabel memandang aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel. Pengendalian dibagi menjadi dua, yaitu *experiment* dan *ex post facto study*. Penelitian ini menggunakan *ex post study* dimana peneliti tidak memiliki control variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variabel. Peneliti hanya dapat melaporkan peristiwa sesuai dengan kenyataan yang dilihat.

4. Tujuan penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan studi, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif berkaitan dengan pencarian informasi yang berkaitan dengan apa, siapa, dimana, atau untuk menggambarkan tentang penilaian konsumen mengenai makanan Bandar Djakarta Ancol. Sedangkan studi kausal berusaha menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh *Brand Prestige* terhadap *Behavioral Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di restoran Bandar Djakarta Ancol.





5. Dimensi waktu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dimensi waktu *cross-sectional*. Studi dengan dimensi *cross-sectional* hanya dilakukan dan memberikan gambaran dari suatu keadaan pada suatu waktu tertentu.

6. Ruang lingkup dan topik bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik, dimana lebih mementingkan keluasan bukan kedalaman. Studi statistik berusaha untuk mengetahui ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan secara inferensi berdasarkan ciri-ciri sampel. Hipotesis diuji dengan cara kuantitatif. Kesimpulan mengenai hasil-hasil temuan disajikan berdasarkan tingkatan representatif dan tingkat validitas sampel.

7. Lingkungan penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, studi kali ini dilakukan di daerah Jakarta. 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 menyimpang dari situasi sehari-hari.



D. Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah dalam Bab I, maka variable-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *brand prestige*, *customer satisfaction*, dan *behavioral loyalty*.

1. Brand Prestige

Brand prestige didefinisikan sebagai *positioning* status produk atau jasa yang relative tinggi terkait dengan merek. Indikator dan butir pertanyaan *brand prestige* menurut penelitian Stockburger-Sauer et al., (2012) disajikan dalam tabel 3.1

Tabel 3.1
Butir Pertanyaan *Brand Prestige*

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Brand Prestige (Diadaptasi dari Stockburger Sauer et al., 2012)	Status	Restoran Bandar Djakarta Ancol adalah restoran yang bergengsi	Interval
	Kualitas	Restoran Bandar Djakarta Ancol adalah restoran yang berkualitas	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol adalah restoran <i>seafood</i> terbaik	Interval
	Kelas Sosial	Restoran Bandar Djakarta Ancol adalah restoran kelas atas	Interval

2. Customer Satisfaction

Customer satisfaction menurut Richard L. Oliver (1997:28) didefinisikan sebagai sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan konsumen telah terpenuhi dan konsumen tersebut merespon dengan tingkat kepuasannya. Indikator dan butir pertanyaan *customer satisfaction* menurut Richard L. Oliver (1997:124) disajikan dalam tabel 3.2

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



Tabel 3.2

Butir Pertanyaan *Customer Satisfaction*

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Customer Satisfaction (Diadaptasi dari Richard L. Oliver (1997:124))	Expectations	Restoran Bandar Djakarta Ancol memiliki kemampuan untuk memenuhi harapan pelanggannya	Interval
	Performance	Restoran Bandar Djakarta Ancol memiliki pegawai yang handal dan memuaskan untuk melayani konsumennya	Interval
	Disconfirmati on	Restoran Bandar Djakarta Ancol memiliki suasana dan fasilitas yang memuaskan	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol menyajikan makanan dan minuman yang memuaskan	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol Memiliki kualitas yang unggul	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. *Behavioral Loyalty*

Behavioral loyalty didefinisikan sebagai tindakan-tindakan faktual konsumen terhadap produk atau jasa yang mencerminkan kesetiaan seperti komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan pembelian berulang (*repurchase*). Indikator dan butir pertanyaan *behavioral loyalty* menurut penelitian Kuenzel & Halliday (2008:6) disajikan dalam tabel 3.3



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



Tabel 3.3

Butir Pertanyaan Behavioral Loyalty

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Behavioral Loyalty (Diadaptasi dari Kuenzel & Halliday (2008:6))	Word of mouth	Saya akan merekomendasikan restoran Bandar Djakarta Ancol kepada teman-teman dan kerabat	Interval
		Saya selalu berbicara yang positif tentang restoran Bandar Djakarta Ancol	Interval
		Saya selalu mengajak orang lain untuk makan di restoran Bandar Djakarta Ancol	Interval
	Repurchase	Saya akan selalu makan di restoran Bandar Djakarta Ancol	Interval
		Jika saya ingin makan seafood, maka restoran Bandar Djakarta Ancol smenjadi pilihan saya	Interval

E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data, sumber data dan teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer didapatkan melalui komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang pernah makan di restoran *Bandar Djakarta Ancol*. Untuk memperoleh data tersebut peneliti menyebarkan kuisisioner secara langsung dan berharap mendapatkan respon yang baik.

2. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik komunikasi. Teknik komunikasi yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada responden. Jenis kuisisioner yang



digunakan adalah pertanyaan tertutup dan menggunakan skala likert dengan lima tingkatan, yaitu, 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Ragu-ragu, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Dalam pertanyaan ini responden hanya memilih satu jawaban yang paling sesuai diantara lima alternative jawaban tersebut. Sejumlah pertanyaan dalam kuisioner ditanyakan kepada konsumen dengan tujuan mengetahui peran *Brand Prestige* terhadap *Behavioral Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*. Jumlah kuesioner yang digunakan sebanyak 155.

F. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non-probability sampling* atau *judgement sampling*, dimana sampel diambil berdasarkan kriteria yang dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti (Bilson Simamora 2004:197). Kriteria tersebut adalah konsumen yang pernah maupun sering makan di restoran Bandar Djakarta Ancol. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data 155 responden yang sesuai dengan kriteria tersebut.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model persamaan structural (*Structural Equation Modeling*) dalam pengembangan dan pengujian model serta pengolahan data.

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indicator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indicator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya (Ghozali & Fuad (2008:329).



Item pertanyaan dinyatakan valid jika $t\text{-value} > 1,96$ (Ghozali & Fuad 2008:330)

dan *factor loading* $> 0,5$ (Hengky Latan, 2012:85).

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

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji pengukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah konstruk yang umum dengan kata lain bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu dalam menjelaskan sebuah fenomena yang umum (Minto Waluyo 2011:37).

Construct reliability digunakan untuk menilai reliabilitas gabungan setiap variabel. Informasi yang digunakan adalah *loading factor* dan *error variance*, yang menggunakan rumus berikut :

$$P_c = \frac{(\sum \lambda)^2}{[(\sum \lambda)^2 + \sum (\theta)]}$$

Keterangan :

p_c = construct reliability

λ = loading indikator

θ = error variance indicator

Menurut Bagozzi dan Yi (1998) dalam Ghozali & Fuad (2008:333), *construct reliability* dapat dikatakan cukup bagus apabila nilainya $> 0,6$.

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 (Simamora, 2004:231).

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.



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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 sebagai berikut :

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

Keterangan :

\bar{x} = rata-rata hitung

x_i = nilai sampel ke- i

n = jumlah sampel

b. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran, dan pendidikan. Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan rumus :

$$Fr_1 = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

Fr_1 frekuensi alternatif ke- i setiap kategori

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

N = Total responden

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.



c. Rata-rata Tertimbang

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

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan :

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

© 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.

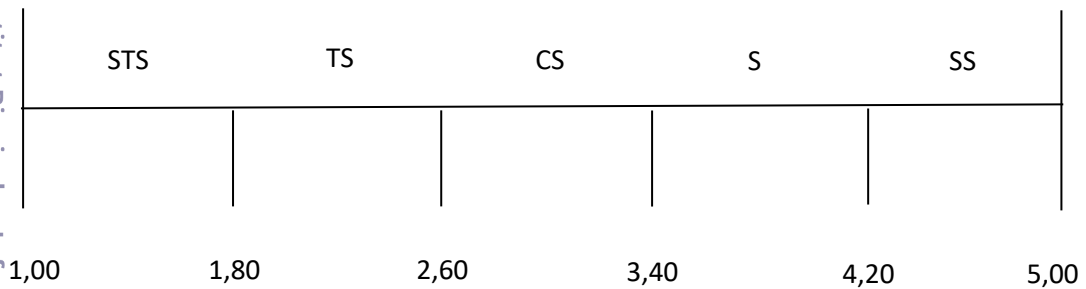


Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan

jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

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

Gambar rentang skala :



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Ragu-Ragu (R)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

3. Skala Likert

Skala Likert didesain untuk memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau *agreement* terhadap suatu pernyataan (Bilson Simamora 2004:147). Susunan Skala Likert yang dapat digunakan sebagai berikut :

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.



Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

4. Penilaian Overall Fit

a. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

Nilai RMSEA yang kurang daripada 0,05 mengindikasikan adanya model fit, dan nilai RMSEA yang berkisar antara 0,08 menyatakan bahwa model memiliki perkiraan kesalahan yang masuk akal. Sedangkan nilai RMSEA yang berkisar antara 0,08 sampai dengan 0,1 menyatakan bahwa model memiliki fit yang cukup, dan jika nilai RMSEA melebihi 0,1 mengindikasikan bahwa model fit sangat jelek. Nilai *P-value for test of close fit* haruslah lebih besar daripada 0,5. (Ghozali & Fuad, 2008:32).

b. *Chi-square / Degrees of Freedom*

Rasio perbandingan antara nilai chi-square dengan degrees of freedom yang disarankan oleh Wheaton (1997) adalah kurang dari 5, yang mengindikasikan model yang fit (Ghozali & Fuad, 2008:327).

c. *Normed Fit Index (NFI)*

Suatu model dikatakan fit apabila memiliki nilai NFI lebih besar daripada 0,9 (Ghozali & Fuad, 2008 : 34).

d. *Non-Normed Fit Index (NNFI)*

NNFI digunakan untuk mengatasi permasalahan kompleksitas model dalam perhitungan NFI. Nilai NFI yang direkomendasikan adalah $> 0,90$ (Ghozali & Fuad, 2008:328).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



e. *Comparative Fit Index (CFI)*

Suatu model dikatakan fit apabila memiliki nilai CFI yang mendekati 1.

Batas nilai model untuk dapat dikatakan fit adalah $> 0,9$ (Bentler, 1990 dalam Ghozali & Fuad, 2008:328).

C Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

f. *Incremental Fit Index (IFI)*

Nilai IFI yang diindikasikan agar model fit adalah $> 0,90$ (Ghozali & Fuad, 2008:328).

g. *Consistent Aike Information Criterion (CAIC)*

Model dikatakan fit jika nilai CAIC lebih kecil daripada nilai CAIC Saturated dan CAIC Independence (Ghozali & Fuad, 2008:33).

h. *Parsimonious Normed Fit Index (PNFI)*

Nilai PNFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik adalah $0,06 - 0,09$ (Hengky Latan, 2012:53).

i. *Relative Fit Index (RFI)*

Nilai RFI berkisar antara 0 sampai dengan 1, dimana nilai yang mendekati angka 1 menunjukkan model fit (Ghozali & Fuad, 2008:328).

j. *Aike Information Criterion (AIC)*

Model dikatakan fit jika nilai AIC lebih kecil daripada nilai AIC Saturated dan AIC Independence (Ghozali & Fuad, 2008 : 33).

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.



k. *Expected Cross Validation Index (ECVI)*

Model dikatakan fit jika nilai ECVI harus lebih kecil dari ECVI *saturated* dan ECVI *Independence* (Ghozali&Fuad, 2008 : 33).

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

5. Penilaian Model Structural

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

1. Pengaruh *brand prestige* terhadap *customer satisfaction*

$$H_0 : \gamma_{1.1} = 0$$

$$H_a : \gamma_{1.1} > 0$$

2. Pengaruh *brand prestige* terhadap *behavioral loyalty*

$$H_0 : \gamma_{2.1} = 0$$

$$H_a : \gamma_{2.1} > 0$$

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 *customer satisfaction* terhadap *behavioral loyalty*

$$H_0 : \beta_{2.1} = 0$$

$$H_a : \beta_{2.1} > 0$$

4. Pengaruh *brand prestige* terhadap *behavioral loyalty* melalui *customer satisfaction*

$$H_0 : \gamma_{1.1} : \beta_{2.1} = 0$$

$$H_a : \gamma_{1.1} : \beta_{2.1} > 0$$

Tolak H_0 apabila $t\text{-value} > (t\text{-tabel})$

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan structural mengindikasikan jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga semakin baik persamaan structural (Ghozali & Fuad, 2008:336).

6. Path Diagram

Path diagram merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model (Ghozali & Fuad, 2008:15).

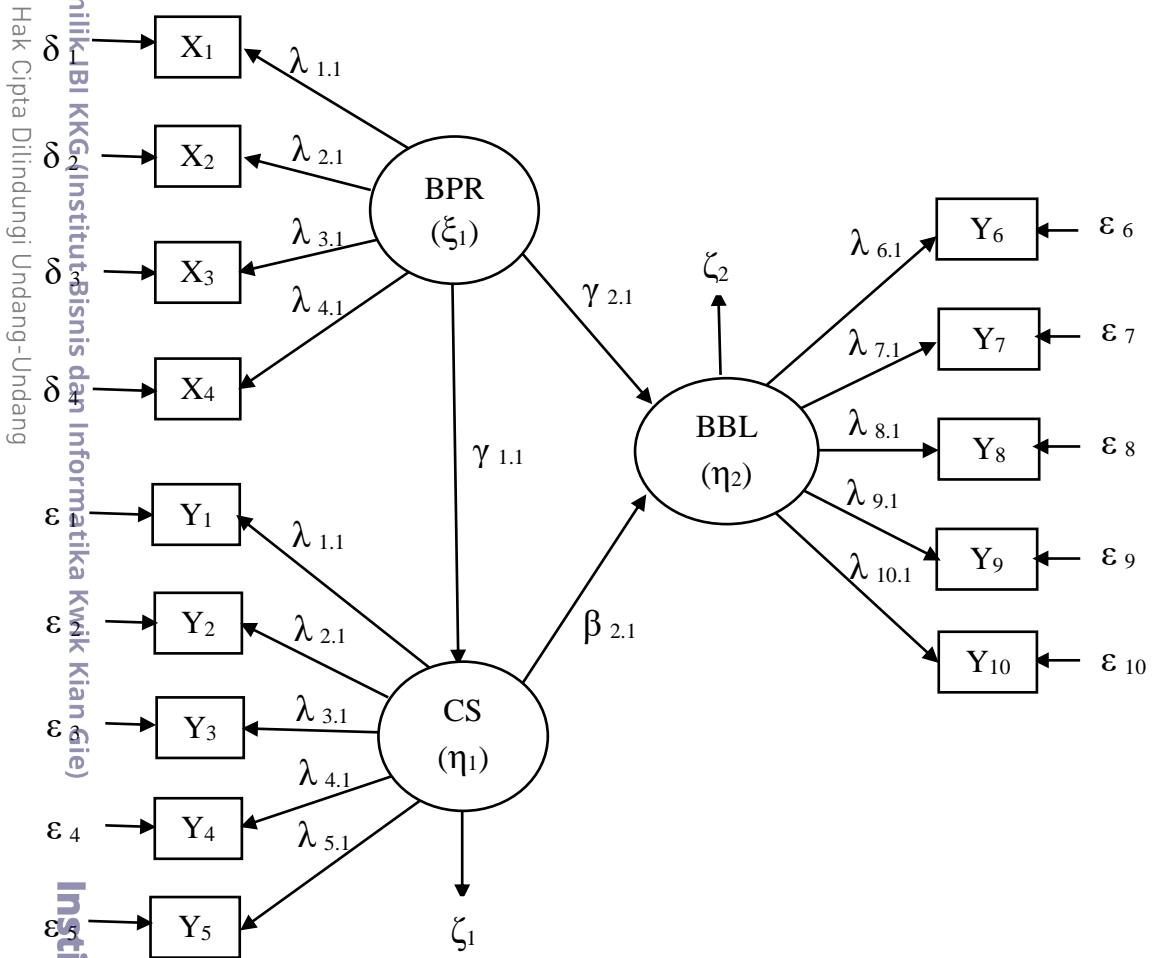
Path diagram berguna untuk menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan error dalam persamaan tersebut juga mengurangi specification error dengan menyoroti hubungan-hubungan yang dihilangkan, variabel-variabel yang dikeluarkan, sehingga konseptualisasi model akan ditingkatkan. Path diagram juga membantu dalam

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.

meneteksi kesalahan pada persamaan yang telah dibentuk yang ditampilkan pada

program LISREL (Ghozali & Fuad, 2008:16).

Gambar 3.1
Diagram Alur



Sumber : diadaptasi oleh peneliti.

Keterangan :

ξ (KSI) : variabel laten eksogen

η (ETA) : variabel laten endogen

(GAMMA) : hubungan langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen

(LAMBDA) : hubungan antara variabel laten dengan indikatornya

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.



- β (BETA) : hubungan langsung variabel endogen terhadap variabel endogen
- ϵ (EPSILON) : measurement error untuk indikator variabel endogen
- δ (DELTA) : measurement error untuk indikator variabel eksogen
- ζ (ZETA) : measurement error yang terjadi akibat pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Dari diagram alur tersebut, maka didapat persamaan sebagai berikut :

Persamaan Struktural :

$$\eta_1 = \gamma_{2.1} \xi_1 + \zeta_1$$

$$\eta_2 = \gamma_{2.1} \xi_1 + \beta_{2.1} \eta_1 + \zeta_1$$

Persamaan pengukuran variabel eksogen :

$$X_1 = \lambda_{1.1} \xi_1 + \delta_1$$

$$X_2 = \lambda_{2.1} \xi_1 + \delta_2$$

$$X_3 = \lambda_{3.1} \xi_1 + \delta_3$$

$$X_4 = \lambda_{4.1} \xi_1 + \delta_4$$

Persamaan pengukuran variabel endogen :

$$Y_1 = \lambda_{1.1} \eta_1 + \epsilon_1$$

$$Y_2 = \lambda_{2.1} \eta_1 + \epsilon_2$$

$$Y_3 = \lambda_{3.1} \eta_1 + \epsilon_3$$

$$Y_4 = \lambda_{4.1} \eta_1 + \epsilon_4$$

$$Y_5 = \lambda_{5.1} \eta_1 + \epsilon_5$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI KIE (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.



$$Y_6 = \lambda_{6.1} \eta_2 + \varepsilon_6$$

$$Y_7 = \lambda_{7.1} \eta_2 + \varepsilon_7$$

$$Y_8 = \lambda_{8.1} \eta_2 + \varepsilon_8$$

$$Y_9 = \lambda_{9.1} \eta_2 + \varepsilon_9$$

$$Y_{10} = \lambda_{10.1} \eta_2 + \varepsilon_{10}$$

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