



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menjabarkan tentang objek penelitian yakni dimana penelitian akan dilakukan dan jumlah responden, pada bab ini juga akan menjabarkan desain penelitian yang terdiri dari tingkat perumusan masalah, metode pengumpulan data, pengendalian variabel-variabel oleh peneliti, tujuan penelitian dimensi waktu, ruang lingkup topik bahasan, lingkungan penelitian dan persepsi subjek.

Selanjutnya pada bab ini juga akan di bahas variabel penelitian yaitu *brand experience*, *brand trust* dan *behavioral loyalty*. Kemudian juga terdapat penjelasan teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisi data.

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen dari restoran Bandar Djakarta di wilayah Ancol Jakarta Utara. Objek pada penelitian ini adalah *brand experience*, *brand trust* dan *behavioral loyalty* di Restoran Bandar Djakarta Ancol. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung terhadap responden yang pernah mengunjungi dan mengonsumsi *seafood* di restoran Bandar Djakarta Ancol. Penelitian mengambil sampel 155 orang responden yang dilakukan pada bulan Mei 2016 – Juni 2016.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2008:156) desain riset adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan riset. Rencana ini mencakup garis besar dari apa



yang akan dilakukan seorang investigator mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya hingga analisis akhir 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

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (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 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 kuesioner. Metode pengumpulan data dengan cara ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang bersumber langsung dari responden restoran Bandar Jakarta 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.

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 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 restoran Bandar Djakarta di Ancol. Sedangkan studi kausal berusaha menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh *brand experience* terhadap *behavioral loyalty* melalui *brand trust* di restoran Bandar Djakarta Ancol.

5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, penulis 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 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-temuan disajikan berdasarkan tingkatan representatif dan tingkat validitas sampel.

7. Lingkungan penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, studi kali ini dilakukan di daerah kota Jakarta. Studi lapangan dilakukan untuk memperoleh data serta melakukan pengolahan terhadap data-data yang diperoleh.

© 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.



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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, ada beberapa variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *brand experience*, *brand trust* dan *behavioral loyalty*.

1. *Brand Experience*

Brand experience merupakan suatu sensasi, perasaan, kognisi dan tanggapan konsumen terkait dengan suatu merek, rangsangan yang ditimbulkan oleh desain merek, identitas merek, komunikasi pemasaran, orang dan lingkungan merek tersebut dipasarkan. Kemudian *brand experience* dimulai pada saat konsumen mencari produk, membeli produk, menerima pelayanan dan mengkonsumsi produk. Menurut J. Josko Brakus, Bernd H. Schmitt, dan Lia Zarantonello (2009) terdapat empat dimensi *brand experience* yaitu *sensory*, *affective*, *behaviour* dan *intellectual*. Dimensi dan butir pertanyaan *brand experience* menurut penelitian J. Josko Brakus, Bernd H. Schmitt, dan Lia Zarantonello (2009) disajikan dalam tabel 3.1.

Tabel 3.1
Pertanyaan *Brand Experience*

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
<i>Brand Experience</i> (Diadaptasi dari, Brakus et al, 2009)	<i>Sensory Experience</i>	Restoran Bandar Djakarta Ancol memberikan kesan yang kuat terhadap pancaindera saya.	Interval

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 3.1 Lanjutan
Pertanyaan *Brand Experience*

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Brand Experience (Diadaptasi dari, Brakus et al, 2009)</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<i>Sensory Experience</i>	Restoran Bandar Djakarta Ancol adalah restoran seafood yang menarik pancaindera saya.	Interval
		Desain interior dan eksterior di restoran Bandar Djakarta Ancol memberikan kesan yang kuat pada indera penglihatan saya.	Interval
		Aroma makanan yang ditawarkan di restoran Bandar Djakarta Ancol memberi kesan nikmat.	Interval
	<i>Affective Experience</i>	Makan di restoran Bandar Djakarta Ancol membuat saya merasa istimewa (senang dan bangga).	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol memiliki ikatan yang kuat dengan konsumen.	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol adalah restoran yang dapat menginspirasi konsumen untuk makan di restoran.	Interval
	<i>Behavioral Experience</i>	Saya suka makan di restoran Bandar Djakarta Ancol bersama keluarga dan kerabat.	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol memberikan kesan dan pengalaman menyenangkan.	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol fokus pada pelayanan.	Interval
	<i>Intellectual Experience</i>	Restoran Bandar Djakarta Ancol membuat saya berpikir untuk mencari informasi mengenai kualitas produk.	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol membuat saya berpikir ketika saya makan di restoran seafood.	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol menstimulasi rasa keingintahuan saya.	Interval

Sumber : Kuisoner, 2016

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- 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.



2. *Brand Trust*

Brand trust sebagai kesediaan konsumen untuk mengandalkan kemampuan merek untuk melakukan fungsinya. *Brand trust* merupakan rasa aman yang diperoleh konsumen bahwa merek tersebut akan memenuhi harapan dan tentunya ada niat beli konsumen terhadap merek tersebut. Dimensi dan butir pernyataan *brand trust* menurut penelitian dari Elena Delgado Ballester and Jose´ Luis Munuera-Alemán (2005:188) disajikan dalam tabel 3.2.

Tabel 3.2
Pertanyaan *Brand Trust*

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
<i>Brand Trust</i> (Diadaptasi dari, Delgado, 2005)	<i>Brand Reliability</i>	Restoran Bandar Djakarta Ancol adalah restoran yang dapat dipercaya.	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol memberikan efek yang sesuai dengan apa yang diharapkan.	Interval
	<i>Brand Intentions</i>	Restoran Bandar Djakarta Ancol memberikan rasa aman dalam mengkonsumsi <i>seafood</i>	Interval
		Restoran Bandar Djakarta Ancol bersedia menerima kritik demi memenuhi keinginan konsumen informasi lebih jauh mengenai kualitas produk	Interval

Sumber : Kuisoner, 2016

3. *Behavioral Loyalty*

Behavioral loyalty (loyalitas berbasis perilaku) merupakan cara pengukuran sebuah merek melalui perilaku aktual untuk mengukur *brand loyalty*. Pengukuran variabel *behavioral loyalty* menurut penelitian Sven Kuenzel dan Sue Vaux Halliday (2008) mengacu pada dua dimensi, berikut dimensi dan butir pertanyaan yang disajikan dalam tabel 3.3.



Tabel 3.3
Pertanyaan Behavioral Loyalty

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
Behavioral Loyalty (Diadaptasi dari, Kuenzle & Halliday, 2008)	<i>Word of Mouth</i>	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
	<i>Repurchase</i>	Saya akan selalu makan di restoran Bandar Djakarta Ancol	Interval
		Jika saya ingin makan <i>seafood</i> , maka restoran Bandar Djakarta Ancol menjadi pilihan saya	Interval

Sumber : Kuisoner, 2016

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan adalah data yang bersifat kuantitatif. Data yang didapat merupakan hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan peneliti kepada responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

1. Teknik Komunikasi

Dalam teknik ini, peneliti menggunakan instrumen kuesioner, yaitu suatu alat pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang pernah mengunjungi dan mengkonsumsi seafood di restoran Bandar Djakarta Ancol. Pertanyaan yang diajukan berupa pertanyaan tertutup dan disebarakan kepada 155 responden. Responden diminta untuk memberikan pernyataan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner yang diberikan. Kuesioner diolah dengan program LISREL.



2. Teknik Observasi

Ⓒ Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan penelitian dengan memanfaatkan beberapa buku, jurnal, artikel, serta beberapa dokumen dari internet untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

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 (Donald R. Cooper, Pamela S. Schindler 2006:40). Penelitian ini menggunakan skala likert dimana responden diberikan pilihan untuk memilih dengan lima tingkat sebagai berikut:

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

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah *non probability sampling* dengan menggunakan salah satu metode *purposive sampling* yaitu *judgement sampling* mempertimbangkan bahwa sampel yang dipilih adalah orang-orang yang memenuhi kriteria tertentu (Bilson Simamora, 2004:197). Dalam hal ini, kriteria responden yang digunakan adalah pernah mengunjungi dan mengkonsumsi *seafood* di restoran Bandar Djakarta Ancol minimal 2 kali. Dalam penelitian ini total sampel yang diambil sebanyak 155 responden yang berada di wilayah Jakarta pada Mei 2016 – Juni 2016.

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.



F. Teknik Analisis Data

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel. Dalam mengevaluasi validitas suatu indikator dapat dilihat pengaruh signifikan pengaruh antara suatu variabel dengan indikatornya (Imam Ghozali dan Fuad, 2008:329). Item pertanyaan dinyatakan valid jika $t\text{-value} > 1,96$ (Imam Ghozali dan Fuad, 2008:330) .

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 umum (Minto Waluyo, 2011:37).

Construct reliability digunakan untuk menilai reliabilitas gabungan setiap variabel. Informasi yang digunakan adalah loading factor dan error variance. Rumusnya adalah :

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

Keterangan :

ρ = construct reliability

λ = loading indikator

θ = error variance indicator

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



Nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,70 (Imam Ghazali dan Fuad, 2008). Walaupun angka itu bukanlah sebuah ukuran yang “mati” artinya bila penelitian bersifat eksploratif maka nilai dibawah 0,70 pun masih dapat diterima sepanjang disertai dengan alasan empirik yang terlihat dalam proses eksploratori. (Nunally dan Bernstein,1984 dalam Minto Waluyo, 2011) menyatakan bahwa penelitian eksploratori, reliabilitas antara 0,5 - 0,6 sudah dapat diterima.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Analisa 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 (Bilson Simamora, 2004:231).

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 sebagai berikut :

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

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.



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, pendidikan, dan intensitas pembelian. 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

c. Rata-rata Tertimbang

Rumus rata-rata tertimbang adalah :

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

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 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.

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

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

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



Keterangan:

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

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Ragu-Ragu (RR)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

3. Penilaian *Overall Fit*

a. *Chi-square / Degrees of Freedom*

Rasio perbandingan antara nilai *chi-square* dengan *degrees of freedom* yang disarankan oleh Wheaton (1977) adalah kurang dari 5, yang mengindikasikan *model* yang *fit* (Imam Ghozali&Fuad, 2008 : 327).

b. *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 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 (Imam Ghozali&Fuad, 2008:32).

c. *Expected Cross Validation Index (ECVI)*

Koefisien ECVI tidak dapat ditentukan, maka tidak dapat memberikan *judgement* nilai ECVI berapa yang diharuskan agar model dapat dikatakan baik. Namun, nilai ECVI model yang lebih rendah dari pada ECVI yang

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.



diperoleh pada *saturated model* dan *independence model*, mengindikasikan bahwa model adalah *fit* (Byrne dalam Imam Ghoozali dan Fuad, 2008:33).

d. Aike Information Criterion (AIC)

AIC tidak sensitif terhadap kompleksitas model namun lebih sensitif dan dipengaruhi oleh jumlah sampel yang digunakan. Nilai model AIC yang lebih kecil dari *saturated AIC* dan *independence AIC* mengindikasikan model memiliki fit yang lebih baik.

e. Consistent Aike Information Criterion (CAIC)

Model dikatakan *fit* jika nilai CAIC lebih kecil daripada nilai CAIC *Saturated* dan CAIC *Independence* (Imam Ghoozali dan Fuad, 2008:328).

f. Normed Fit Index (NFI)

Nilai NFI cenderung memiliki tendensi merendahkan fit pada sampel yang kecil. Nilai NFI berkisar antara 0 dan 1. Model dikatakan *fit* apabila nilai NFI lebih besar dari 0.9.

g. Non-Normed Fit Index (NNFI)

NNFI digunakan untuk mengatasi permasalahan kompleksitas model dalam perhitungan NFI. Nilai NNFI yang direkomendasikan adalah $>0,09$ (Imam Ghoozali dan Fuad, 2008 : 328).

h. 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 Imam Ghoozali dan Fuad, 2008).

i. Incremental Fit Index (IFI)

Nilai IFI yang diindikasikan agar model *fit* adalah $>0,90$ (Imam Ghoozali dan Fuad, 2008:328).

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



j. Relative Fit Index (RFI)

Nilai RFI berkisar antara 0 sampai 1, dimana nilai yang mendekati angka 1 menunjukkan model *fit* (Imam Ghazali dan Fuad, 2008 : 328).

k. Parsimonious Normed Fit Index (PNFI)

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

4. Penilaian Model Struktural

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antara 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 *survey* (Ghozali&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 penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *brand experience* terhadap *behavioral loyalty*

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

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

2. Pengaruh *brand experience* terhadap *brand trust*

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

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

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 *brand trust* terhadap *behavioral loyalty*

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

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

4. Pengaruh *brand experience* terhadap *behavioral loyalty* melalui *brand trust*

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

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

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

- b. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural mengindikasikan jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara stimulan 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 struktural (Imam Ghozali dan Fuad, 2008:336).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. *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 (Imam Ghozali dan 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 mendeteksi kesalahan pada persamaan yang telah

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.



dibentuk yang ditampilkan pada program LISREL (Imam Ghozali dan Fuad, 2008 : 16).

Tabel 3.4
Notasi LISREL

Notasi	Keterangan
ξ (ksi)	Variabel laten eksogen (variabel independen), digambarkan sebagai lingkaran pada model struktural
η (eta)	Variabel laten endogen (variabel dependen, dan juga dapat menjadi variabel independen 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	Indikator variabel eksogen
Y	Indikator variabel endogen
λ (lambda)	Hubungan antara variabel laten eksogen ataupun endogen terhadap indikator-indikatornya
δ (DELTA)	Kesalahan pengukuran (<i>measurement error</i>) dari indikator variabel eksogen
ε (EPSILON)	Kesalahan pengukuran (<i>measurement error</i>) dari indikator variabel endogen
ζ (ZETA)	Kesalahan dalam persamaan yaitu antara variabel eksogen dan atau endogen terhadap variabel endogen

Sumber: Structural Equation Modeling (Imam Ghozali dan Fuad, 2008:22)

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

Hak Cipta Didukung oleh Lembaga Pendidikan dan Penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

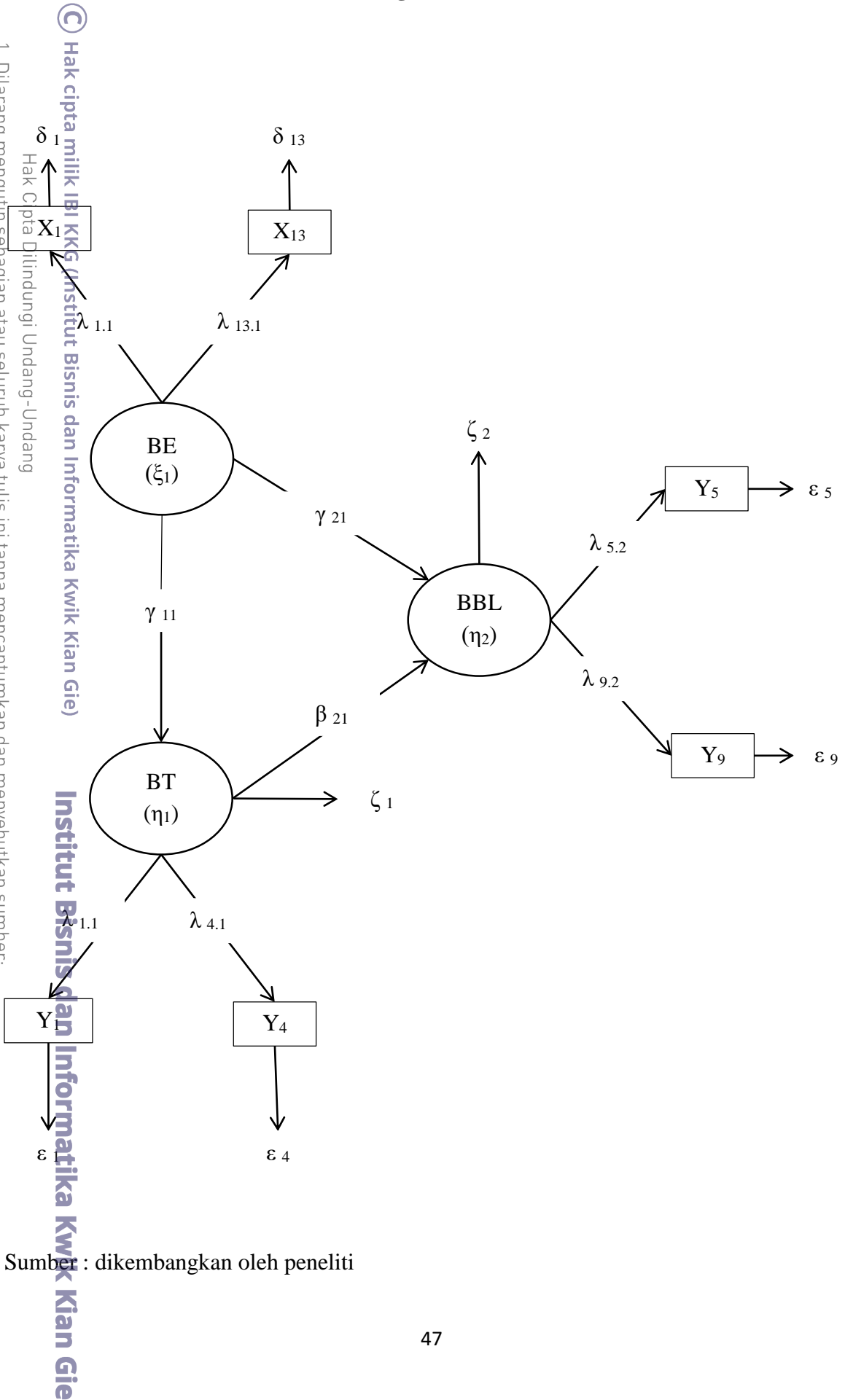
1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyalin sumber:

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.

Gambar 3.1
Diagram Alur



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.

Sumber : dikembangkan oleh peneliti



Dari diagram alur tersebut, maka didapat persamaan :

Struktural

$$\eta_1 = \gamma_{11} \xi_1 + \zeta_1$$

$$\eta_2 = \gamma_{21} \xi_1 + \eta_1 \beta_{21} + \zeta_2$$

Pengukuran Variabel Eksogen

$$X_1 = \lambda_{11} \xi_1 + \delta_1$$

$$X_2 = \lambda_{21} \xi_1 + \delta_2$$

$$X_3 = \lambda_{31} \xi_1 + \delta_3$$

$$X_4 = \lambda_{41} \xi_1 + \delta_4$$

$$X_5 = \lambda_{51} \xi_1 + \delta_5$$

$$X_6 = \lambda_{61} \xi_1 + \delta_6$$

$$X_7 = \lambda_{71} \xi_1 + \delta_7$$

$$X_8 = \lambda_{81} \xi_1 + \delta_8$$

$$X_9 = \lambda_{91} \xi_1 + \delta_9$$

$$X_{10} = \lambda_{101} \xi_1 + \delta_{10}$$

$$X_{11} = \lambda_{111} \xi_1 + \delta_{11}$$

$$X_{12} = \lambda_{121} \xi_1 + \delta_{12}$$

$$X_{13} = \lambda_{131} \xi_1 + \delta_{13}$$

Pengukuran Variabel Endogen

$$Y_1 = \lambda_{1.1} \eta_1 + \varepsilon_1$$

$$Y_2 = \lambda_{2.1} \eta_1 + \varepsilon_2$$

$$Y_3 = \lambda_{3.1} \eta_1 + \varepsilon_3$$

$$Y_4 = \lambda_{4.1} \eta_1 + \varepsilon_4$$

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Insitut 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.



$$Y5 = \lambda 5.2 \eta 2 + \epsilon 5$$

$$Y6 = \lambda 6.2 \eta 2 + \epsilon 6$$

$$Y7 = \lambda 7.2 \eta 2 + \epsilon 7$$

$$Y8 = \lambda 8.2 \eta 2 + \epsilon 8$$

$$Y9 = \lambda 9.2 \eta 2 + \epsilon 9$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi 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.