



BAB III

METODE PENELITIAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini menjadi objek penelitian adalah perusahaan retail fashion yaitu Zalora Indonesia. Subjek yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli di Zalora.

B. Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan dan bentuk permasalahan penelitian ini, maka penelitian ini berjenis deskriptif dan verikatif. Menurut Travers (1978) dan Husein Umar (2005: 81)

Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini memberikan kontribusi untuk penelitian, antara lain:

1. Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian yang bersifat formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan yang telah diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara survei, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya dari pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian ini.

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



3. Pengendalian Variabel-variabel oleh Penelitian

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 verifikatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada riset tertentu. Dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan.

Penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini akan mengungkapkan hubungan sebab dan akibat.

5. Dimensi waktu

Jenis dimensi waktu yang digunakan adalah cross-sectional. Data dikumpulkan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data hanya dilakukan satu kali saat pembagian kuesioner kepada para responden

6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistic karena hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistic. Kesimpulan mengenai hasil temuan disajikan berdasarkan tingkat sejauh mana sample adalah representative dan tingkat validitas atau kesalahan sampel.

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.



7. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan lingkup penelitian, studi penelitian ini berupa kondisi lapangan yang sejalan dengan kondisi lingkungan actual atau kondisi-kondisi yang lain.

8. Persepsi Objek

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

C. Definisi Operasional

Tujuan definisi operasional dalam penelitian pada dasarnya menurut Cooper dan Schindler (2014:54), untuk memberikan pemahaman dan pengukuran terhadap konsep. Definisi operasional akan selalu menjadi definisi yang digunakan untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang dikemukakan dalam hipotesis dan teori.

1. Variabel Penelitian

Variable-variable yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas layanan zalora Indonesia serta kepuasan **pelanggan** zalora Indonesia dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan Zalora Indonesia

2. Definisi Operasional Variable

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *exogenous variable* dan *endogenous variable*. *Exogenous variable* merupakan variabel bebas dengan tanpa variabel penyebab sebelumnya. *Endogenous variable* merupakan variabel perantara yang dapat sebagai efek dari variabel *exogenous* atau variabel – variabel perantara, dan merupakan penyebab terhadap variabel – variabel perantara lainnya dan variabel – variabel tergantung, serta dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI IKKG (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.

berfungsi sebagai variabel tergantung sebenarnya. (Juliansyaah Noor 2014:109). Kedua variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut

a) Variable yang menjadi pengaruh

1. Kualitas produk

Kualitas produk (*product quality*) menurut Kotler dan Amstrong (2012 :283) adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Dimensi *features* tidak digunakan karena tidak ada keterkaitan dengan variabel kualitas produk pada objek PT. Zalora Indonesia.

Tabel 3.1

Indicator Variabel Kualitas Produk

Variable	Dimensi	Indicator/ item pertanyaan	Skala
Kualitas Produk	Performance	Menyedia banyak produk bagi wanita dan pria	Interval
	Reliability	Setiap produk di Zalora memiliki garansi	Interval
	Conromance	Pilihan produk yang banyak yang dapat dipilih oleh pelanggan	Interval
	Durability	Umur pakai suatu barang yang relative lama	Interval
	Asthetics	Banyaknya testimonial yang diberikan oleh pelanggan	Interval
	Serviceability	Melayani pelanggan dalam melakukan refund atau pertukaran size	Interval
	Perceived quality	Memberikan informasi yang lengkap pada setiap produk	Interval

2. Kualitas layanan

Menurut Garvin yang dikutip olhe Tjiptono (2011:143) menyatakan bahwa terdapat lima perspektid mengenai kualitas, salah satunya bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk



yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Dimensi kompetensi, kredibilitas, dan *tangibles* tidak digunakan karena tidak ada keterkaitan dengan variabel kualitas layanan pada objek PT. Zalora Indonesia.

Tabel 3.2

Indicator Variabel Kualitas Layanan

Variable	Dimensi	Item pertanyaan	Skala
Kualitas Layanan	Reliability	Call center yang selalu siap membantu pelanggan	Interval
		Pelayanan yang diberikan oleh zalora sesuai dengan kebutuhan pelanggan	Interval
		Pelayanan yang diberikan selalu tepat waktu	Interval
	Responsive ness	Karyawan Zalora Indonesia yang memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap	Interval
		Zalora memberikan informasi yang jelas mengenai kelangsungan proses layanan dari awal sampai akhir melalui notifikasi dan GPS tracking	Interval
		Barang yang diantar dengan layanan kurir sampai dengan selamat sesuai dengan alamat yang dituju	Interval
	Akses	Kemudahan dalam menghubungi bagian <i>Customer Service</i>	Interval
	Komunikasi	Memberikan informasi yang jelas pada setiap produk dan untuk informasi yang lainnya	Interval
	Kesopanan	Menjawab setiap pertanyaan konsumen ataupun menerima keluhan saran dengan ramah	Interval
	Assurance	Saya merasa aman dan nyaman saat berinteraksi dengan karyawan zalora Indonesia	Interval
	Kemampuan memahami pelanggan	Kemampuan untuk memahami setiap keluhan ataupun pertanyaan dari pelanggan	Interval

© 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.



b) Variabel yang menjadi pengaruh

1. Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:9) bahwa kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang dengan harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Tabel 3.3

Indicator Variabel Kepuasan Pelanggan

Variable	Item	Item pertanyaan	skala
Kepuasan konsumen	Kepuasan pada pelayanan	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan	interval
		Saya merasa puas dengan keramahan layanan Zalora Indonesia	Interval
	Kepuasan pada atribut	Saya puas dengan segala atribut yang diberikan saat pengiriman barang	Interval
	Kepuasan tentang gagasan/ide	Saya puas dengan ide kreatif yaitu dengan aplikasi yang memudahkan dalam membeli barang secara <i>online</i> dan menyediakan layanan <i>refund</i>	Interval
	Kepuasan keseluruhan	Saya puas dengan semua pelayanan yang diberikan oleh Zalora Indonesia	Interval

2. Loyalitas pelanggan

Pelanggan yang loyal akan memberikan pemasukan yang besar bagi perusahaan, sedangkan kehilangan pelanggan yang loyal maka akan menjadi suatu hal yang merugikan perusahaan, karena mereka harus mencari pelanggan lagi untuk mengganti pelanggan yang telah hilang. Menurut Griffin (1995) loyalitas pelanggan adalah mesin penggerak kesuksesan suatu bisnis.



Tabel 3.4

Indicator Variabel Kualitas Layanan

Variable	Item	Item pertanyaan	Skala
Loyalitas pelanggan	Pembelian ulang	Melakukan pembelian ulang	Interval
	Membeli lini produk	Bukan hanya membeli produk tapi juga membeli aksesoris	Interval
	Merefrensikan pada orang lain	Saat merefrensikan pada orang lain mendapatkan potongan atau voucher dari zalora Indonesia	Interval
	Hanya menggunakan produk atau jasa dari zalora	Hanya menggunakan produk dari zalora karena harga terjangkau dan banyak pilihan	Interval

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan metode komunikasi dan data sekunder. Metode komunikasi menurut Cooper & Schnidler (2011:240), adalah komunikasi dengan responden menggunakan topik yang beragam, termasuk sikap peserta, motivasi, niat, dan harapan. Metode komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Jenis kuisisioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang telah disusun sebelumnya beserta alternatif jawaban yang sudah ditetapkan.

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. (Sugiyono, 2014:168). Skala ini menghasilkan data interval. Pengukuran menggunakan metode *scoring* 1–5. Angka 1 menunjukkan bahwa

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.



responden sangat tidak setuju atau sangat tidak mendukung pernyataan yang diberikan. Angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju atau sangat mendukung pernyataan yang diberikan. (Cooper dan Schindler, 2014:278).

Adapun data sekunder diperoleh dengan menggunakan studi kepustakaan, sumber bacaan relevan dari variabel yang diteliti, seperti buku, internet, jurnal ilmiah, skripsi

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Dengan pendekatan subjektif seperti *nonprobability sampling*, probabilitas dalam memilih elemen populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (terbatas) disebut *judgement sampling*. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dari responden lebih akurat

karena pengambilan sampel ditujukan hanya untuk para responden yang sudah mendapatkan pelayanan dan pernah melakukan pembelian pada PT. Zalora Indonesia di Indonesia. Sampel *nonprobability* yang tidak terbatas disebut *convenience sample*, dipilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. (Cooper dan Schindler, 2014:359).

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Ukuran tersebut mengacu pada teori dalam Juliansyah Noor (2014:115), yaitu ukuran sampel berkisar antara 200 – 400 untuk model – model yang mempunyai indikator antara 10 – 15.



F. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan untuk pengembangan dan pengujian model serta pengolahan data pada penelitian ini adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*). Menurut Bagozzi dan Fornell dalam Ghazali (2008), *Structural Equation Modeling* adalah generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks, baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model. Teknik ini meliputi aspek-aspek penegasan (*confirmatory*) dari analisis faktor, analisis jalur dan regresi yang dapat dianggap sebagai kasus khusus dalam SEM. Secara sederhana, SEM mengestimasi secara simultan sekelompok persamaan regresi berganda, yang memiliki hubungan saling ketergantungan, melalui model struktural yang diaplikasi dengan program statistik. Sumber: Juliansyah Noor (2014:108).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS 23 dan WrapPLS 5.0 untuk mempermudah seluruh proses perhitungan dan analisis data.

Selain itu, peneliti juga menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpul data primer. Dalam suatu kuisioner, ada dua syarat penting yang berlaku, yaitu validitas dan reliabilitas.

1. Mengevaluasi Model Pengukuran

a) Uji Validitas

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

pernyataan dikatakan valid apabila $p\text{-value} < 0,05$ dan $\text{factor loading} > 0,5$ (Ghozali dan Latan, 2014:106).

2. 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b) Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indicator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relative konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Indicator pernyataan dinyatakan *reliable* apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* $> 0,7$

2. Analisis Deskriptif

Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing – masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain (Wiratna Sujarweni, 2015:16).

a. Rata-rata hitung (mean)

Rata-rata hitung (mean) adalah jumlah dari seluruh data, kemudian dibagi banyaknya objek yang dieliti. Ketentuan dari mean adalah sebagai berikut :

Keterangan :

- \bar{X} = Rata-rata hitung
- X_i = Data
- n = Jumlah data

b. Persentase

Persentase adalah sebuah angka atau perbandingan (rasio) untuk menyatakan pecahan dari seratus. Persentase di buat dengan ketentuan :



$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan :

- P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu
 f_i = banyaknya responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu
 ∑f_i = jumlah total responden

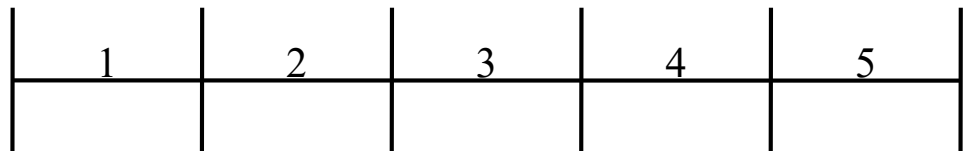
c. Rentang skala

Dalam analisis, digunakan rata-rata tertimbang dengan rentang skala ditentukan sebagai berikut :

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

Keterangan :

- m = Rata-rata nilai tertinggi
 n = Rata-rata nilai terendah
 b = Jumlah kelas / banyaknya kategori



Sangat Tidak Setuju

Sangat Setuju

3. Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. (Sugiyono, 2014:168). Skala ini menghasilkan data interval. Pengukuran menggunakan metode scoring 1–5. Angka 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju atau sangat tidak mendukung pernyataan yang diberikan. Angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju atau sangat mendukung pernyataan yang diberikan.



(Cooper dan Schindler, 2014:278). Jawaban setiap *item* instrument menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata – kata antara lain :

Tabel 3.6
Jawaban Skala Likert

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

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

4. Penilaian Overall Fit

Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator yang ada adalah sebagai berikut :

a) Average Path Coefficient (APC)

Nilai *cut-off p-value* untuk APC yang direkomendasikan sebagai model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikan yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014 : 105).

b) Average R-Squared (ARS)

Nilai *cut-off p-value* untuk ARS yang direkomendasikan sebagai model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikan yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014 : 105).

c) Average Adjusted R-Squared (AARS)

Nilai *cut-off p-value* untuk AARS yang direkomendasikan sebagai model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikan yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014 : 105).

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.



d) Average Block VIF (AVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model ukur dengan dua atau lebih indicator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indicator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014 : 105).

e) Average Full Collinearity VIF (AFVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model ukur dengan dua atau lebih indicator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indicator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014 : 105).

f) Tenenhaus GoF

GoF memiliki tiga tingkatan nilai, yaitu keccil apabila $GoF \geq 0,10$; sedang jika nilai $GoF \geq 0,25$; dan besar jika nilai $GoF \geq 0,36$ (Ghozali dan Latan, 2014 : 105).

g) *Sympson's Paradox Ratio* (SPR)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk SPR harus $\leq 0,7$ masih dapat diterima yang artinya 70% atau lebih *path* didalam model bebas dari *Sympson's Paradox* (Ghozali dan Latan, 2014 : 105).

h) R-Squared Contribution Ratio (RSCR)

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.



Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai $RSPR \leq 0,9$ masih dapat diterima yang artinya 90% atau lebih *path* didalam model model ini tidak berhubungan dengan kontribusi *R-Squared* negative (Ghozali dan Latan, 2014 : 105).

i) Statistical Suppression Ratio (SSR)

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih dari *path* didalam model bebas dari *statistical suppression* (Ghozali dan Latan, 2014 : 105).

j) Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih *path* yang berhubungan didalam model penelitian ini mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Ghozali dan Latan, 2014 : 105)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Penilaian Model Struktural

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

1. Tanda (arah) hubungan antar variabel –variabel yang laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antar variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan

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.



Hipotesis statistic dalam penelitian ini adalah :

- a. Pengaruh kualitas produk pada kepuasan konsumen

$$H_0 : \beta_1 = 0$$
$$H_a : \beta_1 > 0$$

- b. Pengaruh kualitas layanan pada kepuasan konsumen

$$H_0 : \beta_2 = 0$$
$$H_a : \beta_2 > 0$$

- c. Pengaruh kualitas produk pada loyalitas konsumen

$$H_0 : \beta_3 = 0$$
$$H_a : \beta_3 > 0$$

- d. Pengaruh kualitas layanan pada loyalitas konsumen

$$H_0 : \beta_4 = 0$$
$$H_a : \beta_4 > 0$$

Tolak H_0 apabila $t\text{-value} > 1,65$ (t-tabel)

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

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