



Penelitian ini merupakan studi *formal*, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Berdasarkan metode pengumpulan data

Klasifikasi ini terbagi menjadi *monitoring* dan proses komunikasi. *Monitoring study* meliputi studi di mana peneliti memeriksa kegiatan subjek atau sifat dari beberapa materi tanpa berusaha untuk memperoleh respon dari siapa pun.

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

3. Berdasarkan pengendalian variabel – variabel oleh peneliti

Pengendalian variabel memandang aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel. Pengendalian dibedakan menjadi dua, yaitu *experimental* dan *ex post facto design*. Dalam *experiment*, peneliti berupaya untuk mengontrol dan atau memanipulasi variabel dalam penelitian ini. 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. Berdasarkan tujuan penelitian

Desain penelitian bagian ini dibedakan menjadi tiga, yaitu *reporting*, *descriptive*, dan *causal-explanatory*. *Reporting study* menyediakan penjumlahan data, sering membentuk kembali data untuk mencapai pemahaman yang lebih dalam atau untuk menghasilkan statistik untuk perbandingan. Penelitian *descriptive*

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.



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 termasuk dalam studi kausal, karena bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh *brand experience* terhadap loyalitas perilaku dan sikap melalui *brand image* sebagai variabel intervening Jam Tangan Alexandre Christie.

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

Berdasarkan dimensi waktu

Cross sectional studies berusaha mempelajari dinamika hubungan atau korelasi antara faktor-faktor risiko dengan dampak atau efeknya. Faktor risiko dan dampak atau efeknya diobservasi pada saat yang sama, artinya setiap subyek penelitian diobservasi hanya satu kali saja dan faktor risiko serta dampak diukur menurut keadaan atau status pada saat observasi. *Longitudinal studies* adalah sebuah studi dari kelompok orang yang sama pada lebih dari satu titik waktu.

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional*. Data dikumpulkan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data hanya dilakukan satu kali pada saat pembagian kuesioner pada para Pengguna / Pemakai Jam Tangan Alexandre Christie.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan

Desain penelitian untuk kelompok ini dibagi menjadi dua yaitu, *statistical studies* dan *case studies*. *Case studies* lebih menekankan pada analisis kontekstual beberapa peristiwa atau kondisi dan keterkaitan mereka. Penelitian ini menggunakan studi statistik, karena penelitian statistik dirancang untuk mempelajari luas daripada kedalaman. Penelitian ini mencoba untuk menangkap

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.



karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik suatu *sample*. Hipotesis diuji secara kuantitatif.

©

7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Desain penelitian juga berbeda-beda. Apakah mereka terjadi di kondisi lingkungan / lapangan yang sebenarnya (*field conditions*) atau kondisi manipulasi (*laboratory conditions*). Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*), karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

8. Berdasarkan 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. Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah Jam Tangan Merk Alexandre Christie. Subjek penelitian yaitu konsumen sekaligus pengguna jam tangan Alexandre Christie di Jakarta barat. Penelitian ini dilakukan pada periode bulan Januari sampai Februari 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, yaitu *brand experience*, *behavioral loyalty* dan *attitudinal loyalty* melalui *brand image* yang dioperasionalisasi sebagai berikut:

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



1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyalin sebagian atau seluruh karakters, gambar, atau informasi lainnya tanpa izin IBIKKG.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel *Brand Experience*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
Brand Experience <i>conceptualized as sensations, feeling, cognition, and behavioral responses evoked by brand-related stimuli that are part of a brand's design and identity packaging, communication, and environment.</i>	Sensory (Penginderaan) Menyediakan kesenangan estetika, kegembiraan, keindahan, dan kepuasan melalui rangsangan terhadap kelima pancaindera manusia.	1. Model jam tangan Alexandre Christie menarik indera penglihatan saya.	Interval	Brakus, Schmitt dan Zarantonello ; "Brand experience : What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?" (2009:52)
		2. Bahan jam tangan Alexandre Christie menarik indera penglihatan saya.	Interval	
	Affective (perasaan suka / senang) Merupakan strategi pelekatan perasaan (afeksi) dengan tujuan mempengaruhi mood (suasana hati) dan emosi	3. Jam tangan Alexandre Christie membuat saya percaya diri.	Interval	
		4. Jam tangan Alexandre Christie dapat menampilkan jati diri saya.	Interval	
	Intellectual (pengetahuan) Mendorong pelanggan terlibat dalam pengetahuan yang ada.	5. Jam Tangan Alexandre Christie mendorong keingintahuan saya mengenai kualitas jam.	Interval	
		Behavioral (Perilaku) Menciptakan pengalaman berharga bagi pelanggannya, berkaitan dengan tubuh secara fisik & pola perilaku	6. Jam tangan Alexandre Christie membuat penampilan saya lebih menarik.	
	7. Jam tangan Alexandre Christie memberikan pengalaman berkesan.		Interval	

Sumber : Kumpulan Teori



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

Hak cipta Dilindungi Undang-undang. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyalin sebagian atau seluruh isi tanpa izin dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Penyalinan tanpa izin akan dikenakan sanksi hukum yang berlaku. Untuk lebih jelasnya, silakan kunjungi website kami di www.ibikkg.ac.id atau hubungi kami di nomor telepon 021-29131313.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Attitudinal Loyalty

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Attitudinal Loyalty Didefinisikan sebagai kesetiaan dalam sikap dan toleransi terhadap harga.	Loyalitas Sikap Mengukur sikap, berhubungan perasaan secara keseluruhan mengenai produk	1. Saya akan menjadi pelanggan setia jam tangan Alexandre Christie	Interval	Definisi: Chaudhuri and Holbrook in Ming-Shing Lee's Journal; <i>The Study Of The Relationships Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty</i> (2010: 359) Indikator : Choi, Young Gin, et all
		2. Saya menggunakan jam tangan Alexandre Christie karena merupakan pilihan terbaik.	Interval	

Sumber : Kumpulan Teori

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel Behavioral Loyalty

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Behavioral Loyalty Didefinisikan sebagai pembelian ulang dan perilaku merekomendasikan	Loyalitas Perilaku Mengukur perilaku berdasarkan pada apa yang tampak, perilaku nyata	1. Saya akan merekomendasikan Alexandre Christie kepada teman dan keluarga.	Interval	Definisi: Chaudhuri and Holbrook in Ming-Shing Lee's Journal; <i>The Study Of The Relationships Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty</i> (2010: 359) Indikator : Choi, Young Gin, et all
		2. Saya akan membicarakan hal-hal yang positif tentang Alexandre Christie.	Interval	

Sumber : Kumpulan Teori



Tabel 3.4
Operasionalisasi Variabel *Brand Image*

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Brand Image Didefinisikan sebagai keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti memori konsumen.	<i>Product attributes</i> Mengasosiasikan atribut atau karakteristik suatu produk merupakan strategi positioning yang paling sering digunakan. Pengembangan asosiasi semacam ini efektif karena jika atribut tersebut bermakna, asosiasi dapat secara langsung diterjemahkan dalam alasan pembelian suatu merek.	1. Produk jam tangan Alexandre Christie memiliki kualitas yang baik. 2. Produk jam tangan Alexandre Christie memiliki beragam jenis dan model.	Interval	Definisi: Kotler dan Keller, (2008:346) Indikator: Durianto <i>et al.</i> , (2001:70)
	<i>Intangibles attributes</i> Suatu faktor tak berwujud merupakan atribut umum, seperti halnya persepsi kualitas, kemajuan teknologi, atau kesan nilai yang mengikhtisarkan serangkaian atribut produk yang lebih obyektif.	3. Jam tangan Alexandre Christie memiliki reputasi yang baik. 4. Jam tangan Alexandre Christie di persepsikan memiliki kualitas yang bagus.	Interval	
	<i>Customer's benefits</i> Manfaat bagi pelanggan dapat dibagi menjadi dua, yaitu <i>rasional</i>	5. Memakai jam tangan Alexandre Christie membuat saya tahu waktu	Interval	

Hak Cipta Ditundung Undang-Undang

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



benefit (manfaat rasional) dan *psychological benefit* (manfaat psikologis).



Hak dipta 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.

Tabel 3.4
Operasionalisasi Variabel *Brand Image* (Lanjutan)

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	<i>Relative price</i> Evaluasi terhadap suatu merek di sebagian kelas produk ini akan diawali dengan penentuan posisi merek tersebut dalam satu atau dua dari tingkat harga	6. Harga jam tangan Alexandre Christie sesuai dengan kualitas produknya.	Interval	
	<i>User / customer</i> Pendekatan ini adalah dengan mengasosiasikan sebuah merek dengan sebuah tipe pengguna atau pelanggan dari merek tersebut.	7. Jam tangan Alexandre Christie merupakan jam tangan kelas menengah	Interval	
	<i>Life style / personality</i> Asosiasi sebuah merek dengan suatu gaya hidup atau kepribadian dapat diilhami oleh asosiasi para pelanggan merk tersebut dengan aneka kepribadian dan karakteristik gaya hidup yang sama.	8. Jam tangan Alexandre Christie mencerminkan gaya hidup yang modern	Interval	



Tabel 3.4
Operasionalisasi Variabel *Brand Image* (Lanjutan)

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Sumber
	<p><i>Competitors</i></p> <p>Mengetahui pesaing dan berusaha menyamai atau bahkan mengungguli pesaing.</p>	<p>9. Produk jam tangan Alexandre Christie memiliki keunggulan model yang berbeda di bandingkan pesaingnya.</p> <p>10. Produk jam tangan Alexandre Christie memiliki desain model yang beragam.</p>	Interval	

Sumber : KumpulanTeori

E. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam penelitian adalah:

1. Teknik komunikasi

Teknik komunikasi digunakan untuk pengumpulan data primer dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner diberikan kepada responden yang membeli dan memakai jam tangan Alexandre Christie.

2. Teknik observasi

Pengamatan yaitu dengan membaca informasi di *website*, artikel dalam media elektronik maupun cetak serta melihat secara langsung perilaku orang-orang di sekitar.

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner. Teknik ini dipilih untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari para responden yang pernah melakukan pembelian produk Alexandre Christie. Kuesioner yang diperoleh diolah dengan LISREL 8.5.

1. Di samping mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Mengutipan 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 mengutamakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Skala yang digunakan adalah Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2011: 299), skala Likert terdiri dari pernyataan yang mengekspresikan sikap terhadap objek. Responden diminta untuk memberikan pernyataan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan masing-masing. Setiap responden diberi skor numerik untuk mencerminkan sikap, kemudian dijumlah untuk mengukur keseluruhan sikap responden.

F. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan *judgment sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. *Judgment sampling* termasuk dalam *non probability sampling*. Teknik ini tidak mempertimbangkan peluang bagi setiap orang untuk terpilih menjadi *sample*, tetapi berdasarkan pada penilaian (*judgement*) peneliti. Berdasarkan pertimbangan peneliti, sampel ditujukan hanya pada para responden yang pernah menggunakan dan melakukan pembelian tangan Alexandre Christie . Bryne dalam Hengky Latan (2012: 44) mengatakan, ukuran sampel yang disarankan untuk penggunaan estimasi *Maximum Likelihood* adalah 100-200. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan banyaknya sampel yang diambil adalah 110 responden dalam rentang 100-200 .

G. Teknik Analisis Data

Prosedur yang digunakan dalam pengembangan dan pengujian model serta pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*). Menurut Hengky Latan (2012: 5), *Structural Equation Modeling* adalah teknik analisis multivariate generasi kedua yang menggabungkan antara analisis faktor dan analisis jalur sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji dan mengestimasi secara simultan hubungan antara multiple exogenous dan multiple endogenous variabel dengan banyak indikator.



SEM memungkinkan dilakukannya analisis diantara beberapa variabel dependent dan independent secara langsung. SEM merupakan gabungan antara kedua metode statistik, yaitu analisis faktor yang dikembangkan dalam psikologi/psikometri atau sosiologi dan model persamaan simultan yang dikembangkan ekonometri. Dua alasan yang mendasari digunakannya SEM adalah: Pertama, SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antarvariabel yang bersifat *multiple relationship*. Hubungan ini dibentuk dalam model struktural (hubungan antara konstruk *dependent* dan *independent*). Kedua, SEM mempunyai kemampuan untuk menggambarkan pola hubungan antara konstruk laten (*unobserved*) dan variabel manifest (*manifest variable* atau variabel indikator). (Sofyan Yamin dan Kurniawan, 2009: 3)

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 indikatornya. Item pertanyaan dikatakan valid jika $t\text{-value} > 1.96$ (Yamin dan Kurniawan, 2009: 36) dan $factor\ loading \geq 0.4$ (Minto Waluyo, 2011: 81)

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel laten.

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.



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.

(1) *Construct Reliability*

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

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum e_i}$$

Keterangan

CR : *construct reliability*

$\sum \lambda_i$: *loading* indikator ke-i

e_i : *error variance* indikator ke-i

Construct reliability cukup bagus adalah ≥ 0.7 . (Yamin dan Kurniawan, 2009: 36)

2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran dan bentuk distribusi data serta sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data (Cooper dan Schindler, 2008: 436). Alat analisis deskriptif yang digunakan adalah :

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

Mean adalah jumlah nilai yang diamati dalam distribusi dibagi dengan jumlah pengamatan. Rumus rata-rata hitung adalah :



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.

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

Keterangan :

\bar{X} : Rata – rata hitung (mean)

X_i : Skor ke-i

n : Jumlah responden

b. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase. Rumus yang digunakan adalah :

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

Keterangan :

P : Persentase dari responden yang dimiliki

f_i : Jumlah responden ke-i yang memiliki kategori tertentu

$\sum f_i$: jumlah responden

c. Rata-rata Tertimbang

dalam analisis rata-rata tertimbang, rumus yang digunakan adalah

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \times X_i}{\sum f_i}$$

Keterangan



f_i : Frekuensi ke- i

X_i : Bobot Nilai ke- i

Σf_i : Jumlah responden

d. Rentang Skala

Pada penelitian ini, rentang skala digunakan untuk menggambarkan keseluruhan pernyataan responden atas suatu variabel. Rumusnya adalah :

Keterangan

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

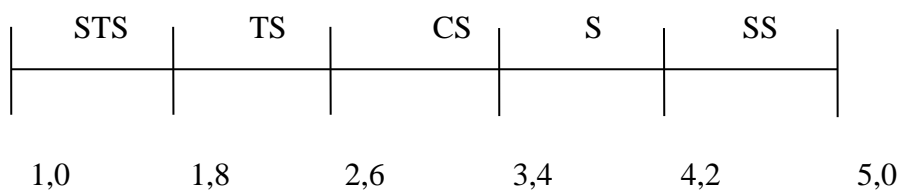
m : Skor tertinggi dalam skala

n : Skor terendah dalam skala

b : Banyaknya kelas/kategori

Nilai skor tertinggi adalah 5, dan nilai skor terendah adalah 1, jumlah kategori adalah 5, maka :

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



Keterangan

1.00 - 1.80 : Sangat Tidak Setuju (STS)

1.81 - 2.60 : Tidak Setuju (TS)

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.



2.61 - 3.40 : Cukup Setuju (CS)

3.41 - 4.20 : Setuju (S)

4.21 - 5.00 : Sangat Setuju (SS)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Penilaian Overall Fit

a. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Nilai RMSEA yang kurang dari 0.05 mengindikasikan adanya model fit, dan nilai RMSEA yang berkisar antara 0.08 mengindikasikan *goodness of fit* model cukup baik dan nilai RMSEA diatas 1.00 mengindikasikan bahwa model perlu untuk diperbaiki dan *P-value for Test of Close Fit* adalah 0.05.

(Hengky Latan, 2012: 50)

b. Incremental fit index (IFI)

Nilai IFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu > 0.9 . Nilai $0.8 \leq IFI \leq 0.9$ adalah marginal fit (cukup baik).

(Yamin dan Kurniawan, 2009: 34)

c. Comparative fit index (CFI)

Nilai CFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu > 0.9 . Nilai $0.8 \leq CFI \leq 0.9$ adalah marginal fit (cukup baik).

(Yamin dan Kurniawan, 2009: 34)

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.



d. Akaike information criterion (AIC)

Nilai AIC model yang baik harus lebih kecil dari AIC *Saturated* dan AIC *Independence*. (Hengky Latan, 2012: 53)

e. Consistent akaike information criterion (CAIC)

Nilai CAIC model yang baik harus lebih kecil dari CAIC *Saturated* dan CAIC *Independence*. (Hengky Latan, 2012: 53)

f. Parsimonious goodness-of-fit index (PGFI)

Nilai PGFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu > 0.6 . (Hengky Latan, 2012: 53)

4. Penilaian Model Struktural

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antara 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* (Imam Ghozali, 2008: 336). Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam hal ini :

a. Tanda (arah) hubungan antara variabel-variabel laten mengindikasikan apakah

hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai

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.



dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik dalam penelitian ini :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

(1) Pengaruh *brand experience* terhadap *brand image*

$$H_0 : \gamma_1 = 0$$

$$H_a : \gamma_1 > 0$$

(2) Pengaruh *brand image* terhadap *behavioral loyalty*

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 > 0$$

(3) Pengaruh *brand image* terhadap *attitudinal loyalty*

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_3 > 0$$

(4) Pengaruh *brand experience* terhadap *behavioral loyalty*

$$H_0 : \gamma_4 = 0$$

$$H_a : \gamma_4 > 0$$

(5) Pengaruh *brand experience* terhadap *attitudinal loyalty*

$$H_0 : \gamma_5 = 0$$

$$H_a : \gamma_5 > 0$$

Tolak H_0 jika *t-value* > 1.96 atau tidak tolak H_0 jika *t-value* < 1.96

b. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural 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 struktural.

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.