



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB III

### METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

#### A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan digunakan di dalam penelitian ini adalah produk kecantikan dari *The BodyShop* yang berada di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Sedangkan untuk subjek penelitian di dalam penelitian ini hanya dilakukan kepada orang-orang yang tertarik dengan produk *The BodyShop*

#### B. Desain Penelitian

Setiap riset penelitian, peneliti akan dihadapkan kepada desain spesifik yang akan digunakan. Menurut Cooper dan Schindler (2017:122) adalah suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Kemudian mengklasifikasikan desain penelitian kedalam beberap kategori, antara lain :

##### 1. Tingkat Perumusan Masalah

Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan studi formal. Karena tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan yang disampaikan peneliti.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode studi komunikasi. Peneliti akan menyebarkan kuesioner dengan *google forms* (secara elektronik) kepada subjek penelitian yang berisi pertanyaan dan mengumpulkan jawaban/respon mereka.

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. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Penelitian ini merupakan penelitian desain *ex post facto*, yang mana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya.

### 4. Tujuan Studi

Penelitian ini menggunakan metode kausal eksplanatori untuk menunjukkan bagaimana pengaruh, *brand image*, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk *TheBodyShop* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Karena penelitian ini memfokuskan terhadap perubahan dari satu variable terhadap variable lainnya.

### 5. Dimensi Waktu

karena hanya dilakukan satu kali, penelitian ini merupakan penelitian studi *cross sectional*.

### 6. Cakupan Topik

Cakupan topik pada penelitian ini merupakan penelitian dengan desain studi statistik,

### 7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam lingkungan aktual, karena data-data diperoleh pada kondisi lapangan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden.

### 8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Kesadaran persepsi responden pada saat mengisi kuesioner dapat berpengaruh terhadap hasil dari penelitian secara tidak langsung.

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.

Diharapkan persepsi responden yang diusahakan adalah persepsi yang nyata dan tidak ada penyimpangan dalam rutinitas kesehariannya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

## **C. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini definisi dari masing-masing variable yang digunakan akan diuraikan beserta dengan definisi operasional dan cara pengukurannya, terdapat dua variable yang akan digunakan sebagai bahan analisis. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Variable independent (variable bebas) berupa citra merek ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) dan variable dependen (variable terikat) berupa loyalitas pelanggan (Y).

### **1. Citra Merek ( $X_1$ )**

Menurut firmansyah (2019:67) Brand image yang kuat di benak pelanggan dibentuk dari 3 unsur, yaitu: keunggulan asosiasi merek Favorability of brand association, kekuatan asosiasi merek strength of brand association dan keunikan asosiasi merek uniqueness of brand association. Pengukuran yang digunakan adalah 3 dimensi yang akan diuraikan pada table 3.1.



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.



**Table 3.1.**

**Operasionalisasi Variabel Citra Merek**

variabel	Indikator	Pernyataan	skala
citra merek	citra korporasi	Produk <i>The BodyShop</i> dibuat dari bahan alami dan berkualitas tinggi	interval
	citra produk	Produk <i>The BodyShop</i> cocok digunakan pada semua jenis kulit	interval
		Produk <i>The BodyShop</i> bervariasi dan mudah ditemukan	interval
	citra pemakai	saya menggunakan <i>The BodyShop</i> karena ramah lingkungan dan karena saya peduli terhadap lingkungan.	interval

Sumber : diadaptasi dari Keller dalam jurnal Nurmiyati (2009)

**2. Kualitas Produk**

Kualitas Produk (Product Quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Rosnaini Daga, 2017:37). Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ada 7 dimensi yang akan diuraikan dalam dalam table 3.2.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.



Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

variabel	Indikator	Pernyataan	skala
kualitas produk	<i>Performances</i>	produk <i>The BodyShop</i> dapat merawat dan mempercantik kulit.	interval
	<i>Features</i>	produk <i>The BodyShop</i> memiliki produk-produk khusus untuk setiap jenis dan masalah kulit yang berbeda	interval
	<i>Reliability</i>	produk <i>The BodyShop</i> ramah lingkungan dan cocok untuk kulit orang indonesia	interval
	<i>Conformance to Specifications</i>	<i>The BodyShop</i> memiliki produk yang sesuai dengan spesifikasi yang diberikan.	interval
	<i>Durability</i>	produk <i>The BodyShop</i> memiliki berbagai ukuran kemasan dengan jangka waktu pemakaian yang panjang.	interval
	<i>Aesthetic</i>	packaging <i>The BodyShop</i> simple dan cantik, menarik.	interval
	<i>Perceived Quality</i>	produk <i>The BodyShop</i> terbuat dari bahan-bahan yang aman untuk kulit, tidak di tes ke hewan dan ramah terhadap lingkungan.	interval

Sumber : Diadaptasi dari Jasfar dalam jurnal Achmad Safrizal Yafie, Suharyono, dan Yusri Abdillah (2016)

© 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.



### 3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Konsumen menurut Hermawan dalam buku Hurriyati (2015) (diambil dari jurnal Alfin Dana Perkasa, 2019) merupakan manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, men-support, mendapat rasa aman dan membangun keterikatan serta menciptakan emotional attachment. Dalam penelitian ini akan dipakai 3 dimensi pengukur yang akan diuraikan pada table 3.3.

**Tabel 3.3**

**Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan**

variabel	Indikator	Pernyataan	skala
loyalitas pelanggan	Kemantapan tidak memilih produk lain	sudah setia dan percaya terhadap produk, sehingga tidak mencoba merek lain yang baru.	interval
	Merekomendasikan kepada orang lain	karena produk <i>The BodyShop</i> dianggap bagus dan cocok untuk kulit mereka, pelanggan akan merekomendasikan produk ke orang-orang terdekat mereka.	interval
	Kemauan untuk menggunakan Kembali	harapan terpenuhi sehingga terjadi pembelian ulang atau berlanjut.	interval

Sumber : Diadaptasi dari Hurriyati dalam jurnal Eugenia Andrea Dennisa dan Suryono Budi Santoso (2016)



#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan oleh peneliti untuk mengambil sampel dalam penelitian ini adalah *judgement sampling* dengan ukuran sampel yang akan diteliti sebanyak 100 responden. Kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner ini adalah orang yang pernah berkunjung dan membeli produk *The BodyShop* di toko *The BodyShop* Mall Kelapa Gading, berusia 18 tahun keatas dan memiliki ketertarikan terhadap produk kecantikan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *Google Forms*, kuesioner ini ditunjukkan kepada pelanggan *The BodyShop* di area Kelapa Gading dan sampel diperoleh dari pelanggan yang pernah berkunjung dan membeli produk kecantikan di *The BodyShop* Kelapa Gading, penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima tingkatan yaitu, STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = setuju, SS = Sangat Setuju.

#### F. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, selanjutnya peneliti akan melakukan pengolahan data untuk dianalisis dengan menggunakan alat bantu *software* WarpPLS 7.0 dan SPSS 20.0. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk variabel laten (Latan dan Ghozali, 2017:85).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### **a. Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam kuesioner terdapat indikator yang berhubungan dengan variabel laten, di sini uji validitas 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* pernyataan dinyatakan valid apabila  $P\text{-value} < 0,05$  dan  $factor\ loading > 0,5$ .

#### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2016:47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $Cronbach's\ Alpha > 0,70$ , nilai  $Composite\ Reliability > 0,70$ , dan nilai  $Average\ Variance\ Extracted\ (AVE) > 0,50$



(Latan dan Ghozali, 2017:88). Adapun rumus dari *Cronbach's Alpha* adalah sebagai

berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pernyataan

$\sigma^2$  = varians total

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir

## 2 Analisis Deskriptif

Ghozali (2016:19) menyatakan analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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.



### a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Fr_i$  = frekuensi relatif ke- $i$  setiap kategori

$\sum f_i$  = jumlah responden yang termasuk kategori- $i$

$n$  = total responden

### b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. *Mean* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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



Keterangan:

- $\bar{x}$  = rata-rata hitung (*mean*)  
 $x_i$  = nilai sampel ke-*i*  
 $n$  = jumlah sampel

### c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung skor rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

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

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. Oleh karena itu, perlu dihitung rumus rentang skala sebagai berikut:

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

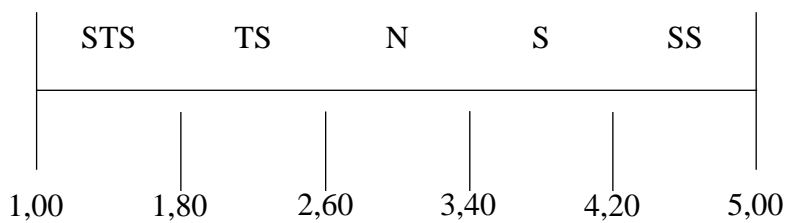
$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

- Rs = rentang skala
- m = skor tertinggi pada skala
- n = skor terendah pada skala
- b = jumlah kelas atau kategori

Skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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



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.



Keterangan:

- 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)
- 2,61 – 3,40 = Netral (N)
- 3,41 – 4,20 = Setuju (S)
- 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

### 3 Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk melihat seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan pada skala lima titik. Responden diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan yang ada dan setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan (Cooper dan Schindler, 2017:327).

Berikut ini adalah susunan skala Likert yang digunakan:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



#### 4. Penilaian *Overall Fit*



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM (*Structural Equation Modeling*) 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 indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

##### b. *Average R-Squared (ARS)*

Nilai *cut-off P-value* untuk ARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

##### c. *Average Adjusted R-Squared (AARS)*

Nilai *cut-off P-value* untuk AARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

##### *Average block VIF (AVIF)*

dealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017:96).

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. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)**

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017:96).

**f. Tenenhaus GoF**

GoF memiliki tiga tingkatan nilai, yaitu kecil apabila nilai  $\text{GoF} \geq 0,10$ , sedang apabila nilai  $\text{GoF} \geq 0,25$ , dan besar apabila nilai  $\text{GoF} \geq 0,36$  (Latan dan Ghozali, 2017:96).

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

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $\text{SPR} \geq 0,7$  masih dapat diterima yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Latan dan Ghozali, 2017:97).

**h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR)**

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $\text{RSCR} \geq 0,9$  masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari *path* di dalam model tidak berhubungan dengan kontribusi *R-squared* negatif (Latan dan Ghozali, 2017:97).

**i. Statistical Suppression Ratio (SSR)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.





Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih

© dari *path* di dalam model bebas dari *statistical suppression* (Latan dan Ghozali, 2017:98).

### j) **Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)**

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari *path* yang berhubungan di dalam model penelitian mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Latan dan Ghozali, 2017:98).

### 5) **Evaluasi Model Struktural (Inner Model)**

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Persamaan struktural yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$LP = \gamma_{11} * CM + \gamma_{12} * KP$$

Keterangan:

LP = Loyalitas Pelanggan

CM = Citra Merek

KP = Kualitas Produk

Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



untuk mengetahui signifikansi dari *P-value* (Latan dan Ghozali, 2017:85). Terdapat

beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

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 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(1) Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan

$$H_0: \gamma_{11} = 0$$

$$H_a: \gamma_{11} > 0$$

(2) Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

$$H_0: \gamma_{12} = 0$$

$$H_a: \gamma_{12} > 0$$

Kriteria pengujian hipotesis:

Tolak  $H_0$  apabila  $P\text{-value} < 0,05$

Tidak tolak  $H_0$  apabila  $P\text{-value} \geq 0,05$

b) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada persamaan struktural digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel laten endogen. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin besar variabel-variabel independen dapat menjelaskan variabel endogen dan semakin baik pula persamaan strukturalnya (Latan dan Ghozali, 2017:91).

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.