



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.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Menurut Umar (2019), Objek penelitian adalah merupakan perusahaan, kelompok perusahaan, produk perusahaan, SDM perusahaan dan sebagiannya yang sedang mengalami masalah yang kemudian dibahas hingga ke tahap pengajuan solusi.

Objek penelitian yang diteliti pada penelitian ini adalah keputusan konsumen melakukan pembelian produk Innisfree dengan melihat persepsi harga, citra merek dan *behavioral loyalty* dalam penjualan produk Innisfree, untuk subyek yang diteliti pada penelitian ini adalah pelanggan yang sudah melakukan pembelian produk Innisfree dengan mempertimbangkan persepsi harga dan citra merek dari produk Innisfree. Pengumpulan responden pada penelitian ini dengan melakukan cara menyebarkan *kuesioner* secara *online* menggunakan *google form*.

B. Desain Penelitian

Sekaran dan Bougie (2017), desain penelitian merupakan rencana untuk mengumpulkan, mengukur dan menganalisis data tentang pertanyaan-pertanyaan yang ada. Dalam desain penelitian, terdapat beberapa persoalan terkait dengan keputusan yang terkait dengan:

1. Tujuan Studi

Tujuan studi memiliki tiga sifat, yaitu *eksploratif*, *deskriptif* dan *kausal*. Pada penelitian yang saat ini dilakukan, peneliti menggunakan studi *deskriptif* dan *kausal*. Studi *deskriptif* dirancang untuk menjelaskan karakteristik seseorang,



peristiwa atau situasi. Dalam studi *kausal*, peneliti ingin mengetahui apakah satu variabel dapat menyebabkan satu atau banyak faktor yang berubah.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Tingkat *Intervensi*

Hal ini berkaitan secara langsung dengan apakah studi yang dilakukan merupakan *korelasional* atau *kausal*. Studi *korelasional* dapat dilaksanakan dalam lingkungan alami melalui *intervensi* minimum yang dimiliki peneliti dan mempunyai arus kejadian normal. Studi *kausal* dilaksanakan dengan memanipulasi variabel tertentu guna mempelajari pengaruh dari manipulasi tersebut pada variabel terikat yang diteliti. Penelitian yang dilakukan saat ini menggunakan studi korelasional dengan *intervensi* peneliti yang bersifat minimum yaitu pengumpulan data yang hanya dilakukan melalui penyebaran kuesioner.

3. Situasi studi

Situasi studi dibagi menjadi dua jenis yakni situasi yang diatur dan situasi yang tidak diatur. Jika dilihat dari tingkatan *intervensi* serta studi yang digunakan, maka peneliti menggunakan situasi tidak diatur (*noncontrived setting*) maka dapat disebut sebagai studi lapangan (*field study*)

4. Strategi Penelitian

Peneliti menggunakan strategi penelitian yaitu dengan *survei* untuk mengumpulkan data dari responden yang menjelaskan, membandingkan atau mendeskripsikan pengetahuan, sikap dan perilaku dari suatu merek. Penelitian survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada orang-orang yang sesuai dengan kriteria penelitian secara *online* dalam bentuk *google form* dan disebarluaskan melalui berbagai media social.

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.



5. Unit Analisis

Unit analisis hanya fokus terhadap tingkat kesatuan data yang telah dikumpulkan dalam tahap analisis data selanjutnya. Unit analisis yang digunakan merupakan individu (per-orang). Hal ini dilakukan karena berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan setiap orang memiliki perbedaan

6. *Horizon Waktu*

Horizon Waktu terbagi menjadi dua jenis yaitu *cross sectional* dan *longitudinal*. Studi *longitudinal* adalah sebuah studi yang mempelajari seseorang atau fenomena pada lebih dari satu batas waktu dalam rangka untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pada penelitian saat ini, peneliti mempergunakan studi *cross sectional* yang memiliki arti yaitu sebuah studi yang dilakukan dengan data yang dikumpulkan hanya sekali dalam periode hari, minggu atau bulan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

C. Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki tiga konstruk, yaitu persepsi harga, citra merek dan *behavioral loyalty*. Menurut Hair et. al. (2019), konstruk merupakan konsep abstrak yang tidak dapat diamati dan diukur secara langsung. Konstruk dapat diukur dengan cara memeriksa hubungan antara beberapa variabel terukur atau yang dikenal dengan variabel pengamatan ataupun indikator. Menurut Hair et. al. (2019), konstruk memiliki dua jenis, yakni konstruk eksogen dan konstruk endogen.

Konstruk eksogen adalah konstruk laten yang dipengaruhi oleh konstruk laten lainnya yang berada di luar model sehingga berfungsi sebagai variabel instr. Konstruk

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.



endogen adalah konstruk laten yang merupakan pengaruh dari konstruk laten lainnya di dalam model. Maka, konstruk endogen memiliki fungsi sebagai variabel dependen.

Konstruk eksogen dalam pada penelitian ini adalah persepsi harga dan citra merek dan konstruk endogen dalam penelitian ini adalah *behavioral loyalty*. Pengukuran dari masing-masing konstruk dijabarkan sebagai berikut:

1. Persepsi Harga

Tabel 3.1
Konstruk Persepsi Harga

Konstruk	Konstruk Pengamatan	Butir Pernyataan	Skala Pengukuran
Kesesuaian Persepsi Harga (PH) Kotler dan Armstrong (2008)	Keterjangkauan harga (X_1)	Saya merasa harga produk yang ditawarkan Innisfree cukup terjangkau.	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5: sangat setuju)
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk (X_2)	Saya merasa bahwa kualitas dari produk Innisfree sebanding dengan harga yang ditawarkan.	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5: sangat setuju)
	Daya saing harga (X_3)	Saya melihat harga yang ditawarkan Innisfree dapat bersaing dengan <i>brand</i> kompetitor sejenis (Laneige, Nature Republic, Some By Mi dan Nacific) di pasaran.	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5: sangat setuju)
	Kesesuaian harga dengan manfaat (X_4)	Saya merasa manfaat yang diperoleh dari produk sebanding dengan harga yang ditetapkan Innisfree.	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5: sangat setuju)

Hak cipta dimiliki oleh 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.



2. Citra Merek

Berdasarkan riset pendahuluan yang peneliti lakukan melalui akun shopee “*Innisfreeofficialshop*” terdapat beberapa karakteristik unik dari produk Innisfree yang di dapat berdasarkan testimoni pelanggan Innisfree yang telah melakukan pembelian produk Innisfree melalui shopee (2022)

a. *Facial Foam Innisfree*

Gambar 3.1
Testimoni Facial Foam Innisfree



Sumber: @Patrisia_ferren. (2021). Teksturnya lembut, mengurangi minyak pada wajah, tidak menyebabkan kulit wajah ketarik, melembabkan wajah, cocok untuk jenis wajah berminyak. [Komentar pada *Review Bija Trouble Facial Foam Innisfree*]. Diakses 28 Januari 2023 melalui https://shopee.co.id/-innisfree-Bija-Trouble-Facial-Foam-61504589.1007685809?sp_atk=a767d188-5cf3-40fa-b0c4-9b32bf9953fd&xptdk=a767d188-5cf3-40fa-b0c4-9b32bf9953fd

Kesimpulan: produk *facial foam* dari Innisfree sangat cocok digunakan untuk wajah yang berminyak dan berjerawat karena dapat mengurangi minyak pada wajah



a. *Super Volcanic Pore Clay Mask Innisfree*

Gambar 3.2

Testimoni *Super Volcanic Pore Clay mask Innisfree*



Sumber: anonymous (@axxxa). (2021). Nyaman, tidak membuat kulit kering, melembabkan, ada *effect cooling* ketika pemakaian, daya serap cepat. [Komentar pada Review Super Volcanic Pore Clay Mask Innisfree]. Diakses 28 Januari 2023 melalui https://shopee.co.id/-innisfree-Super-Volcanic-Pore-Clay-Mask-2X100ml-Masker-Wajah-i.61504589.1523742937?sp_atk=b62d358a-736c4e15-bb88-70784c39ccad&xptdk=b62d358a-736c-4e15-bb88-70784c39ccad

Kesimpulan: Innisfree mampu melembabkan wajah setelah penggunaan masker.

b. *Jeju Orchid Enriched Cream*

Gambar 3.3

Testimoni *Jeju Orchid Enriched Cream*



Sumber: Anonymous (@ixxxxxy). (2021). Mudah menyerap, cocok untuk kulit berminyak, membuat kulit lembab, mencerahkan wajah dan tidak membuat bruntusan. [Komentar pada Review Jeju Orchid Enriched Cream Innisfree]. Diakses 28 Januari 2023 melalui https://shopee.co.id/-innisfree-Jeju-Orchid-Enriched-Cream-50ml-i.61504589.2075375629?sp_atk=87942daa-fe55-42e3-b0f1-89abe0ae88e9&xptdk=87942daa-fe55-42e3-b0f1-89abe0ae88e9

Kesimpulan: Innisfree dapat melembabkan dan mencerahkan wajah setelah digunakan.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 3.2
Konstruk Citra Merek

Konstruk	Konstruk Pengamatan	Butir Pernyataan	Skala Pengukuran
Citra Merek (CM) Keller dan Waminathan (2000)	Cocok dengan kulit berminyak (X ₅)	Saya merasa Innisfree adalah <i>skincare</i> yang cocok untuk kulit berminyak.	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5: sangat setuju)
	Cocok untuk kulit berjerawat (X ₆)	Saya merasa Innisfree adalah <i>skincare</i> yang cocok untuk kulit berjerawat.	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5: sangat setuju)
	Melembabkan wajah (X ₇)	Saya merasa Innisfree adalah <i>skincare</i> yang melembabkan wajah.	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5: sangat setuju)
	Mencerahkan wajah (X ₈)	Saya merasa Innisfree adalah <i>skincare</i> yang mencerahkan wajah.	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5 : sangat setuju)

3. Behavioral Loyalty

Tabel 3.3
Konstruk Behavioral Loyalty

Konstruk	Konstruk Pengamatan	Butir Pernyataan	Skala Pengukuran
<i>Behavioral Loyalty</i> (BL) Oliver (1999)	<i>Conative Loyalty</i> (Y ₁)	Saya merasa termotivasi untuk melakukan <i>repurchasing</i> produk terhadap Innisfree.	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5: sangat setuju)
	<i>Action Loyalty</i> (Y ₂)	Selama ini, saya melakukan <i>repurchasing</i> pada produk Innisfree	<i>Likert</i> (1: sangat tidak setuju; 5 sangat setuju)



D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Fauzy (2019), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menerapkan beberapa syarat yang perlu dipenuhi oleh sampel yang akan mengisi kuesioner penelitian. Peneliti mengambil beberapa sampel tertentu yang memiliki ciri khas dan kriteria yang dibutuhkan sesuai dengan penelitian ini.

Menurut Muhyi et al. (2018), sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang ada. Jika populasi memiliki ukuran yang besar maka penelitian akan kesulitan dalam melakukan penelitian dan peneliti tidak akan mampu meneliti segala hal yang terdapat dalam populasi karena adanya keterbatasan modal, tenaga kerja dan waktu.

Untuk mendapatkan data penelitian yang sesuai, maka peneliti memiliki beberapa kriteria sampel yang dibutuh yaitu para pengguna *skincare* Innisfree di Indonesia yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Konsumen Innisfree yang sudah pernah melakukan pembelian produk *skincare* Innisfree.
2. Konsumen yang melakukan pembelian berulang (*repurchase*) dengan frekuensi pembelian minimal 3x

Menurut Zudhi et al. (2016), pendapat para ahli relatif sama tentang ukuran sampel dalam SEM, yaitu minimal mencakup 100 responden. Maka dalam penelitian ini terdapat 11 item pertanyaan dengan ukuran sampel yang dibutuhkan sejumlah 150 responden.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner kepada setiap responden yang sesuai dengan kriteria agar peneliti mendapatkan data primer yang diperlukan dalam penelitian. Beberapa pertanyaan yang terdapat di dalamnya memiliki kaitan dengan variabel yang di teliti yaitu variabel persepsi harga, citra merek dan *behavioral loyalty*.

Adapun kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup. Kuesioner yang disebarkan sudah mencakup pilihan-pilihan jawaban yang ditentukan oleh peneliti sehingga jawaban dari responden terbatas ketika menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Hal tersebut memiliki tujuan agar data yang di dapatkan dari kuesioner menjadi lebih relevan terhadap maksud dari penelitian ini. Pilihan jawaban yang disediakan memiliki lima pilihan jawaban serta dari setiap jawaban mempunyai nilai yang berbeda.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:30), skala *likert* merupakan salah satu jenis skala *rating* yang dibuat dengan tujuan untuk mengetahui sikap responden terhadap obyek dengan pilihan setuju hingga tidak setuju pada setiap butir pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Ketika melakukan pengukuran menggunakan skala *likert*, responden diminta untuk memberi tanggapan berupa setuju atau tidak setuju dari setiap butir pernyataan. Skor nilai yang diberikan bagi setiap pernyataan dalam kuesioner ialah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Skor Skala *Likert*

Skala Peringkat	Skor	Kategori Respon
Sangat Tidak Setuju	1	Respon Negatif
Tidak Setuju	2	Respon Negatif
Netral	3	Respon Netral
Setuju	4	Respon Positif
Sangat Setuju	5	Respon Positif



F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan setelah selesai melalui tahap pengisian kuesioner dan pengumpulan keseluruhan data yang ada. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan Warppls yaitu sebagai salah satu software yang digunakan untuk mengeksekusi *structural equation modeling* (SEM). Warppls adalah merupakan perangkat lunak dengan antarmuka pengguna grafis untuk pemodelan persamaan struktural berbasis varians dan berbasis faktor menggunakan kuadrat terkecil parsial dan metode berbasis faktor. Perangkat lunak ini dapat digunakan dalam penelitian empiris untuk menganalisis data yang terkumpul dan menguji hubungan yang dihipotesiskan. Setelah mendapatkan hasil output yang diinginkan oleh peneliti, maka untuk mempermudah hal tersebut, maka peneliti memilih untuk mengaplikasikan teknik analisis data seperti berikut:

1. Uji Validitas

Ahyar et al. (2020) menyatakan bahwa validitas adalah derajat keakuratan dari data yang terjadi pada objek penelitian dan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang dapat dinyatakan valid adalah data yang memiliki kesesuaian dari data hasil laporan serta data yang terjadi. Untuk menguji apakah instrumen yang dipilih sudah sesuai dengan kriteria, maka uji validitas diterapkan berdasarkan model ukur *factor loading* dan AVE

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. Factor Loading

Muatan factor yang dilambangkan dengan h adalah sumbangan dari varians bersama sebuah butir terhadap faktor. Sebuah butir dapat menjadi muatan factor jika mampu memberikan sumbangan besar terhadap hanya pada satu faktor saja. Untuk dinyatakan valid, maka *factor loading* harus berada pada $> 0,50$.

Rumus *factor loading* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} X_1 - \mu_1 &= \lambda_{11}F_1 + \lambda_{12}F_2 + \dots + \lambda_{1q}F_q + \varepsilon_1 \\ X_2 - \mu_2 &= \lambda_{21}F_1 + \lambda_{22}F_2 + \dots + \lambda_{2q}F_q + \varepsilon_2 \\ &\vdots \\ X_p - \mu_p &= \lambda_{p1}F_1 + \lambda_{p2}F_2 + \dots + \lambda_{pq}F_q + \varepsilon_p \end{aligned}$$

Keterangan:

X = Vektor variabel semula

μ = Vektor rata-rata variabel semula

L = Matrik *factor loading*

F = Vektor faktor bersama

ε = vektor faktor spesifik

b. AVE

Ave merupakan rata-rata varians serta diskriminan yang diolah dalam indikator yang ada. Dengan begitu, maka setiap item dapat mampu membagi pengukuran dengan pihak lainnya. Nilai AVE dapat dinyatakan valid jika $> 0,50$. Maka, hal tersebut menunjukkan adanya *convergent* yang baik.

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Rumus dari *Average Variance Extracted* adalah sebagai berikut:

$$AVE = \frac{(\sum \lambda_i^2) Var f}{(\sum \lambda_i^2) Var f + f \theta_{ii}}$$

Keterangan:

λ_i = *factor loading*

F = *variance*

θ_{ii} = *error variance*

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2017), uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (tanpa kesalahan) dan dapat menjamin konsistensi pengukuran di sepanjang waktu serta diberbagai poin dimana instrumen tersebut dapat mengukur konsep serta menilai “kesesuaian” suatu ukuran. Dalam penelitian ini, data di uji menggunakan WarpPLS 7.0.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan dua jenis metode, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Menurut Hair et al. (2017), *cronbach's alpha* digunakan untuk memberikan estimasi *reliabilitas* berdasarkan *interkorelasi* indikator variabel yang diamati. *Composite reliability* merupakan ukuran yang berbeda dari reliabilitas konsistensi internal yang memperhitungkan muatan luar yang berbeda dari variabel indikator.

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.

Dalam menentukan apakah *kuesioner* tersebut reliabel atau tidak dengan *composite reliability*, maka nilai dari data tersebut harus $> 0,70$. Menurut hair et al. (2021), nilai cronbach's alpha yang baik adalah $> 0,70$.

3. Analisis Deskriptif

Menurut Umar (2019), analisis deskriptif memiliki tujuan yaitu menggambarkan data serta variabel penelitian agar dapat lebih mudah untuk dijelaskan. Berikut analisis deskriptif yang diterapkan.

a. Mean

Mean adalah hasil dari penjumlahan nilai yang dibagi dengan total dari jumlah kelas yang ada. Menurut Siagian dan Sugiarto (2006), rumus mean dijabarkan sebagai berikut.

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

Keterangan:

\bar{X} = Nilai rata-rata hitung

X_i = Nilai tengah kelas ke-i

n = Banyaknya kelas

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.





b. Rata-Rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung berdasarkan bobot untuk setiap datanya. Menurut Siagian dan Sugiarto (2006), rumus dari rata-rata tertimbang dijabarkan sebagai berikut.

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

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi kelas ke-i

X_i = nilai tengah kelas ke-i

n = banyaknya observasi

k = banyaknya kelas

c. Analisis Presentase

Analisis presentase memiliki tujuan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang terdapat pada bagian profil responden yang berkaitan dengan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan.



Rumus dari analisis presentase adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Fr_1 = Frekuensi alternatif ke-i setiap kategori

$\sum f_i$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori

n = Total responden

Selang Kepercayaan

Selang kepercayaan merupakan kemungkinan parameter populasi terletak di antara sekelompok nilai dalam proporsi waktu tertentu. Para peneliti sering menggunakan interval kepercayaan sebesar 95% atau 99% dari pengamatan yang diharapkan. Menurut Siagian dan Sugiarto (2006), rumus selang kepercayaan ialah:

$$\bar{x} \pm Z_{\frac{\alpha}{2}} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right)$$

Keterangan:

\bar{x} = Rata-rata sampel

α = 1 – (tingkat kepercayaan)

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai Z (dari tabel Z)

σ = Standar deviasi populasi

n = Banyaknya anggota sampel

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. Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)

a. Pengertian SEM (*Structural Equation Modeling*)

Menurut Hair et al. (2019), model SEM adalah teknik yang memungkinkan hubungan terpisah bagi setiap variabel dependen. Metode ini di dasarkan pada analisis varian dan dimulai dengan cara menghitung matriks *kovarians* sehingga sering disebut sebagai model persamaan struktural berbasis *kovarians*. Secara sederhana, model persamaan struktural memberikan teknik estimasi yang tepat dan paling efisien untuk serangkaian persamaan regresi berganda terpisah yang di estimasi secara bersamaan. Terdapat dua komponen dasar dalam model persamaan struktural, yaitu model struktural dan pengukuran.

b. Model Pengukuran

Menurut Hair et al. (2019), *measurement model* adalah sebuah komponen dari model jalur yang menjelaskan mengenai hubungan antara indikator dengan konstruk. Evaluasi model pengukuran diterapkan melalui validitas *konvergen* dan *reliabilitas*. Seperti yang telah dipaparkan dalam sub bab uji validitas dan reliabilitas, validitas *konvergen* diukur menggunakan *Factor Loading* dan AVE. Sedangkan reliabilitas diukur menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

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.



c. Goodness of Fit

Menurut Bria et al. (2019), uji tersebut memiliki tujuan untuk memeriksa apakah inner model yang dibangun dengan data yang ada dapat dinyatakan fit atau tidak. Oleh karena itu, model tersebut dikenal dengan istilah *goodness of fit test* (uji kebaikan atau kecocokan)

Menurut Ghozali (2020), terdapat 10 ukuran fit model yaitu *average path coefficient* (APC), *average R-squared* (ARS), *average adjusted R-squared* (AARS), *average block variance inflation factor* (AVIF), *average full collinearity VIF* (AFVIF), *Tenenhaus GoF* (GoF), *Sympson's paradox ratio* (SPR), *R-squared contribution ratio* (RSCR), *statistical suppression ratio* (SSR), dan *nonlinear bivariate causality direction ratio* (NLBCDR). Seluruh model fit tersebut memiliki kriteria nya masing-masing yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.5
Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural

Kriteria	Rule of Thumb
<i>Average Path Coefficient</i> (APC)	P-value ≤ 0.05
<i>Average R-Squared</i> (ARS)	P-value ≤ 0.05
<i>Average Adjusted R-Squared</i> (AARS)	P-value ≤ 0.05
<i>Average block Variance Inflation Factor</i> (AVIF)	≤ 3.3 , namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima
<i>Average Full collinearity VIF</i> (AFVIF)	≤ 3.3 , namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima
<i>Tenenhaus GoF</i> (GoF)	≥ 0.10 , ≥ 0.25 , dan ≥ 0.36 (kecil, menengah dan besar).
<i>Sympson's Paradox Ratio</i> (SPR)	Idealnya = 1, namun nilai ≥ 0.7 masih dapat diterima
<i>R-squared contribution ratio</i> (RSCR)	Idealnya = 1, namun nilai ≥ 0.7 masih dapat diterima
<i>Statistical Suppression Ratio</i> (SSR)	Harus ≥ 0.7
<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio</i> (NLBCDR)	Harus ≥ 0.7

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.



d. Model Struktural

Menurut Putra (2015), uji hipotesis digunakan untuk mendeskripsikan arah hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* nya. Pengujian ini dilakukan melalui cara analisis jalur (*path analysis*) atas model yang telah diciptakan. Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya.

Berikut merupakan penilaian model struktural pada penelitian ini:

- a. Tanda (arah) adalah keterkaitan antara variabel-variabel laten yang membuktikan apakah hasil dari kaitan antar variabel-variabel tersebut terdapat pengaruh yang sesuai dengan yang hipotesis dari penelitian.

Berikut merupakan Hipotesis statistik dari penelitian ini.

(1) Pengaruh Persepsi Harga terhadap *Behavioral Loyalty*

- (a) $H_0: \gamma_{11} = 0$, artinya persepsi harga tidak berpengaruh terhadap behavioral loyalty
- (b) $H_a: \gamma_{11} > 0$, artinya persepsi harga berpengaruh terhadap behavioral loyalty

(2) Pengaruh Citra Merek terhadap *Behavioral loyalty*

- (a) $H_0: \gamma_{12} = 0$, artinya citra merek tidak berpengaruh terhadap behavioral loyalty
- (b) $H_a: \gamma_{12} > 0$, artinya citra merek berpengaruh terhadap behavioral loyalty.

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.

Maka Berikut ini adalah dasar yang digunakan sebagai dasar

pengambilan keputusan, yaitu:

Apabila $P\text{-value} > 0.05$, maka H_0 diterima.

Apabila $P\text{-value} \leq 0.05$, maka H_0 ditolak

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

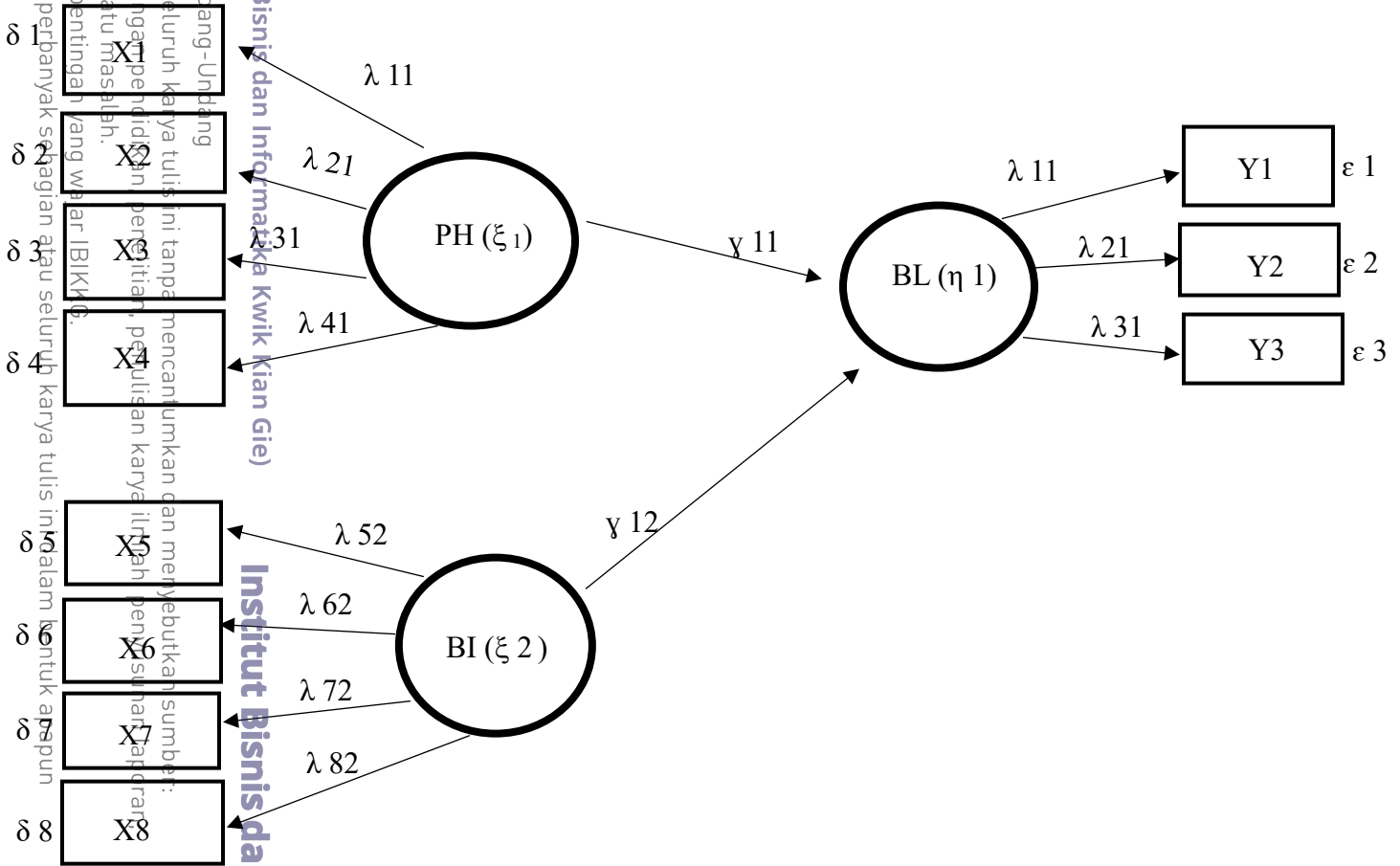
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah;
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI BIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI BIKKG.

Model Lengkap SEM (Structural Equation Modeling)

Gambar 3.4

Model Lengkap SEM





Keterangan Gambar 3.4:

ξ (KSI) : konstruk laten eksogen

η (ETA) : konstruk laten endogen

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

Y Indikator konstruk endogen

X Indikator konstruk eksogen

λ (LAMBDA) : hubungan antara konstruk laten dengan indikatornya

ϵ (EPSILON) : *measurement error* untuk indikator variabel endogen

δ (DELTA) : *measurement error* untuk indikator variabel eksogen

ζ (ZETA) : *measurement error* yang terjadi akibat pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.