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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah konsumen direstoran *Burger King* Mall Of Indonesia. Objek pengamatan dalam penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan direstoran *Burger King* Mall Of Indonesia. Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah mengunjungi dan mengkonsumsi direstoran *Burger King* Mall Of Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146) disain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Disain penelitian meliputi rencana awal pengumpulan, pengukuran, dan analisis data untuk membantu peneliti dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas dengan membuat pilihan penting dalam metodologi. Terdapat delapan perspektif desain penelitian :

(1) Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini menggunakan studi formal (*formal studies*) yang dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau jawab pertanyaan penelitian

(2) Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan metode komunikasi yaitu dengan mengajukan pertanyaan – pertanyaan melalui kuesioner kepada

subjek penelitian yang dalam hal ini adalah konsumen yang sudah pernah mengunjungi restoran *Burger King* Mall Of Indonesia dan mengumpulkan jawaban atau respon mereka baik secara personal maupun impersonal.

(3) Pengendalian Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan *ex post facto design*, dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variabel. Peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

(4) Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam studi kausal (sebab-akibat), yaitu mencoba menjelaskan hubungan antar variabel-variabel. Peneliti ingin menguji apakah terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitan Konsumen pada *Burger King* di Mall Of Indonesia.

(5) Dimensi waktu

Penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional* yaitu pengumpulan data hanya dilakukan satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.

(6) Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini termasuk studi statistik yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.

(7) Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field study*) dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkunan aktual atau berdasarkan kondisi lapangan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai bahan analisis, yaitu harga, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan.

1. Harga`

Harga merupakan salah satu faktor persaingan dalam memasarkan produk. Setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan harga yang menarik bagi agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkannya. Pengukuran kualitas produk adalah melalui lima indikator dan butir pertanyaan yang disajikan dalam tabel 3.1.

Tabel 3.1

Butir Pertanyaan Harga

Variabel	Indikator	Item pernyataan	Skala
Harga	Keterjangkauan harga	Kesesuaian harga dengan harapan konsumen	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan item yang di dapatkan konsumen	Interval
	Daya saing harga	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah segala upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui totalitas fitur dan karakteristik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Pengukuran kualitas layanan adalah melalui enam indikator dan butir pertanyaan yang disajikan dalam tabel 3.2.

Tabel 3.2

Butir Pertanyaan Kualitas Layanan

Variabel	Indikator	Item pernyataan	Skala
Kualitas layanan	Keandalan (*Reliability*)	1. Kemampuan karyawan 2. Kecekatan karyawan 3. Perhatian karyawan saat tempat penuh	Interval
	Ketanggapan (*Responsiveness*)	1. Durasi dalam memberikan pesanan 2. Ketepatan karyawan kepada pesanan konsumen 3. Kecepatan dalam menanggapi permintaan	Interval
	Jaminan (*Assurance*)	1. Pengetahuan karyawan tentang jenis item 2. Sikap karyawan kepada konsumen 3. Memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen	Interval
	Empati (*Empathy*)	1. Pelayanan yang sesuai dengan konsumen 2. Kesungguhan respon karyawan kepada konsumen 3. Kesetaraan pelayanan setiap individu konsumen 4. Perhatian secara individual kepada konsumen	Interval
	Bukti Fisik (*Tangible*)	1. Fasilitas tempat duduk 2. Dekorasi restoran	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Loyalitas Konsumen

Loyalitas dalam arti secara harafiah berarti setia, atau dapat dikatakan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini pun timbul tanpa adanya paksaan melaikan timbul karena kesadaran diri akan masa lalu. Loyalitas Konusmen adalah melalui empat indikator dan butir pertanyaan yang disajikan dalam tabel 3.3.

Tabel 3.3.

Butir Pertanyaan Loyalitas Konsumen

Variabel	Indikator	Item pernyataan	Skala
Loyalitas Konsumen	Pembelian ulang secara teratur	1. Konsumen akan datang kembali 2. Konsumen akan melakukan pembelian ulang	Interval
	Kepercayaan terhadap produk	1. Konsumen menikmati produk yang ditawarkan Burger King 2. Kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan Burger King	Interval
	Merekomendasikan kepada orang lain	1. Konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain 2. Konsumen akan mengajak orang lain untuk datang ke Burger King 3. Konsumen akan merekomenadasikan untuk membeli produk Burger King	Interval
	Kekebalan daya tarik pesaing	1. Konsistensi konsumen terhadap restoran Burger King 2. Konsumen tidak tertarik dengan tempat lain	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pemngumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner melalui *Google Form* yang disebarkan kepada responden dengan pertanyaan mengenai Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. Jenis

kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Kuesioner disusun dengan menggunakan Skala Likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pernyataan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau yang juga disebut pengambilan sampel secara tidak acak. Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, dimana pengambilan anggota sampel dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yaitu konsumen yang pernah mengonsumsi makanan ataupun minuman di *Burger King* Mall Of Indonesia

F. Teknik Analisis Data

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali dan Fuad (2014:439) uji validitas adalah suatu uji yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel laten tersebut. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Item pernyataan dikatakan valid apabila P-*value* < 0,05 dan *factor loading* > 0,5 (Ghozali dan Latan, 2017:89).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dan Fuad (2014:439) uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

berulang dua kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha > 0,7.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2}\right)$$

Keterangan:

r_{11} = nilai reliabilitas

k = banyak butir pertanyaan

$\sum Si$ = jumlah varians skor tiap-tiap *item*

St^2 = varian total

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi data serta sangat membantu sebagai awal untuk mendeskripsikan data. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel. Analisis deskriptif yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Rata - rata hitung (*mean*)

Rata-rata hitung (*mean)* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai dan data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Rumus rata – rata dari sampel tersebut adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

$\bar{X}$ = Rata-rata hitung

Xi = Nilai sampel ke – i

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

n = Jumlah sampel

b. Analisis Persentase (%)

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

$$P = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase responden

å *fi* = jumlah responden dalam suatu kategori tertentu

n = total responden

c. Rata-Rata Tertimbang

Rumus yang digunakan untuk rata-rata tertimbang adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum fi.Xi}{\sum fi}$$

Keterangan :

fi : Frekuensi

Xi : Bobot nilai

$\sum fi$: Jumlah responden

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

d. Rentang Skala

Setelah nilai rata – rata diperoleh maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Rumus yang digunakan adalah :

$$Rs = \frac{m-1}{m}$$

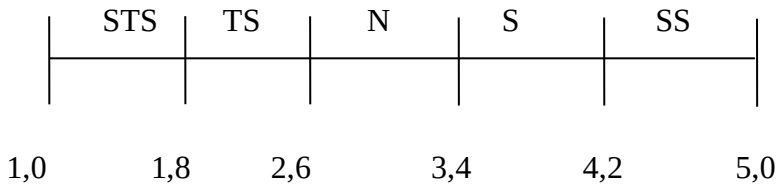
Keterangan :

Rs : Rentang skala

m : Banyaknya kategori

Untuk skor terbesar adalah 5 (lima), skor terkecil adalah 1 (satu) dan jumlah kategori adalah 5 (lima), maka rentang skalanya adalah sebagai berikut:

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



Keterangan:

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

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

e. Selang Kepercayaan

Rumus selang kepercayaan yang digunakan adalah:

$$\bar{X} \pm Z_{\propto/2} \frac{S}{\sqrt{n}}$$

Keterangan :

$\overline{X}$ = Rata – rata

α = 5% atau 0,05

S = Standar Deviasi Sampel

n = Jumlah Sampel

3. Skala Likert

Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan partisipan dengan memberi skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan, dan skor-skor ini dapat mengukur sikap partisipan secara keseluruhan. Penggunaan skala likert akan menghasilkan data interval (Cooper dan Schindler 2014:278). Penelitian ini menggunakan skala likert dimana responden diberikan pilihan untuk memilih dengan lima tingkat sebagai berikut:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Tabel 3.4

Rentang Skala

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

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 indikasi model *fit* adalah ≤ 0,05 dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2017:95).

b. *Average R-Squared* (ARS)

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

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

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

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

d. *Average block VIF* (AVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus ≤ 3,3 dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2017:96).

e. *Average Full Collinearity VIF* (AFVIF)

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

f. *Tenenhaus GoF*

GoF memiliki tiga tingkatan nilai yaitu kecil apabila nilai GoF ≥ 0,10, sedang jika nilai GoF ≥ 0,25, dan besar jika nilai GoF ≥ 0,36 (Ghozali dan Latan, 2017:96).

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

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai SPR ≥ 0,7 masih dapat diterima yang artinya 70% atau lebih dari path didalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Ghozali dan Latan, 2017:97).

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

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai RSCR ≥ 0,9 masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari path didalam model ini tidak berhubungan dengan kontribusi *R-Squared* negatif (Ghozali dan Latan, 2017:97-98).

i. *Statistical Suppression Ratio* (SSR)

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai ≥ 0,7 yang berarti 70% atau lebih dari path didalam model bebas dari statistikal *suppression* (Ghozali dan Latan, 2017:98).

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

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

5. Penilaian Model Struktural

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survei (Ghozali dan Fuad, 2014:446-447).

a. Persamaan Struktural:

KP = β11*KP + β 12*KL

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

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

b. 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:

(1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

$H0: \beta_{11} = 0$

$Ha: \beta_{11} > 0$

(2) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasaan Pelanggan

$H0: \beta_{12} = 0$

$Ha: \beta_{12} > 0$

Untuk semua pengujian hipotesis, tolak $H0$ bila P – *value* < 0,05 , tidak tolak Ho apabila P-*value* ≥ 0,05

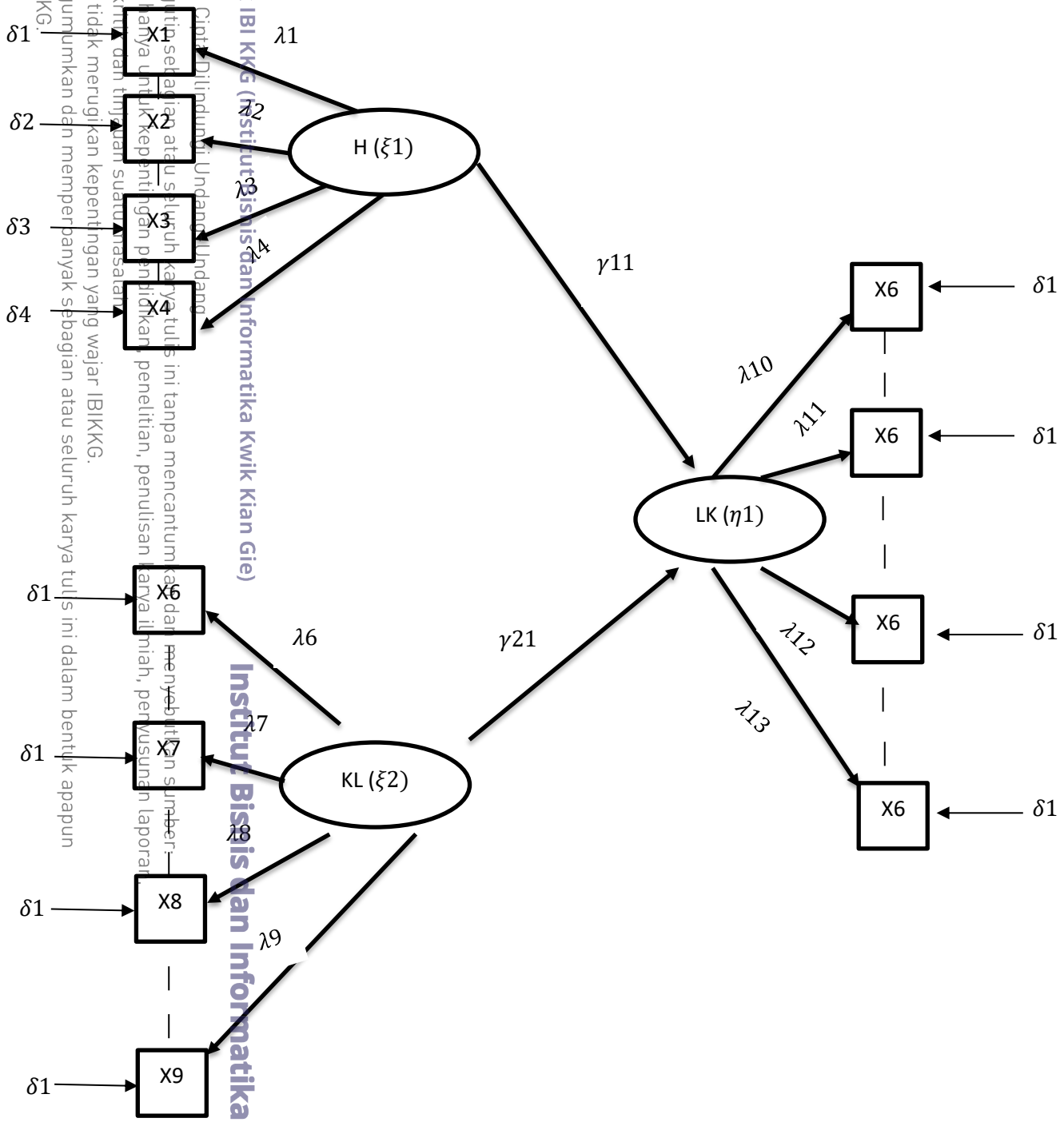
c. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural mengidentifikasikan jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai R^2, maka semakin besar variabel – variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga semakin baik persamaan struktural (Ghozali dan Fuad, 2014:447).

d. ***Path Diagram***

Path diagram merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada sutu model berhubungan satu sama lain, yang memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu kita dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk sebelumnya. Jika path diagram dibangun secara benar, maka persamaan aljabar akan di tunjukan dengan

benar beserta *error* dalam persamaan tersebut. Oleh karena itu, disarankan untuk membangun path diagram sebelum menspesifikasi model (Ghozali dan Fuad, 2014:14-15).

Gambar 3.1
Path Diagram



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti

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

Keterangan (Ghozali dan Fuad, 2014:21-22):

ξ (ksi) = Variabel laten eksogen (variabel independent), digambarkan sebagai lingkaran pada model struktul SEM.

η (eta) = variabel laten endogen (variabel dependent, dan juga dapat menjadi variabel independent pada persamaan lain), juga digambarkan sebagai lingkaran.

γ(gamma) = Hubungan langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen.

β (beta) = Hubungan langsung variabel endogen terhadap variabel endogen.

X = Indikator variabel eksogen.

Y = Indikator varibel endogen.

λ(lambda)= Hubungan antara variabel laten eksogen ataupun endogen terhadap indikator-indikatornya.

δ (delta) = Kesalahan pengukuran (*measurement error)* dari indikator variabel eksogen.

ζ (Zeta) = Kesalahan dalam persamaan yaitu antara variabel eksogen dan/atau endogen terhadap variabel endogen.

ε (epsilon)= Kesalahan pengukuran (*measurement error)* dari indikator variabel endogen.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.