

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan dan tujuan masalah yang telah dijelaskan, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Menurut Singarimbun dan Effendi (2008:5), apabila untuk data yang sama peneliti menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa, maka penelitian tersebut tidak lagi dinamakan penelitian deskriptif melainkan penelitian pengujian hipotesa atau penelitian penjelasan (*explanatory research*). Dalam implementasinya, penelitian ini nantinya akan menjelaskan mengenai hubungan sebab akibat atau kausal antara variabel, seperti pernyataan Singarimbun (2008:6) bahwa penelitian penjelasan (*explanatory research*) digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesa.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, analisis data yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Brawijaya Malang. Lokasi ini dipilih karena dalam penelitian ini yang menjadi fokus utama adalah pelanggan produk seluler IM3 yakni mahasiswa aktif yang kuliah di Universitas Brawijaya yang terdaftar di akademik fakultas masing-masing, karena mengingat segmen terbesar pengguna Kartu Seluler IM3 adalah anak muda. Di Universitas ini juga terdiri dari mahasiswa yang terdiri dari latar belakang yang berbeda, sehingga dapat dijadikan sebagai objek penelitian dengan hasil yang valid.

C. Konsep, Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Untuk menentukan apa yang akan diteliti, data apa yang akan dibutuhkan dan bagaimana mengukurnya, maka kegiatan penelitian ini akan dijabarkan melalui konsep, variabel, definisi operasional dan skala pengukuran.

1. Konsep

Effendi dalam Singarimbun (2008:34) menyatakan bahwa konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, kelompok, atau individu tertentu. Oleh karena sifatnya yang abstrak agar suatu fenomena dapat diteliti maka ia harus dioperasionalkan dengan cara menjabarkannya menjadi variabel-variabel tertentu.

Konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu. Peran konsep dalam penelitian sangat

besar karena hal inilah yang menghubungkan dunia teori dan dunia observasi, antara abstraksi dan realitas, sehingga dapat dikatakan bahwa konsep merupakan kata yang sifatnya abstrak, semakin dekat suatu konsep kepada fakta-fakta semakin mudah konsep tersebut diukur. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa konsep merupakan definisi yang bersifat abstrak. Agar konsep tersebut dapat diteliti, maka harus dioperasionalkan dengan cara menjabarkan variabel-variabel tertentu.

2. Variabel

Variabel menurut Hatch dan Farhady dalam Sugiyono (2008:58) merupakan atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain. Sugiyono sendiri mendefinisikan variabel penelitian ini adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Indikator yang diteliti adalah variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance*.

Sedangkan untuk variabel *Perceived Value* yang terdiri dari *Emotional Value, Social Value, Quality/Performance Value, Price/Value of Money* dan variabel Tingkat Loyalitas Pelanggan. Media *Intervening* dalam penelitian ini adalah Tingkat Kepuasan Pelanggan.

1. Variabel Bebas (dependen): Kualitas Layanan (X_1) dan *Perceived Value* (X_2)

2. Variabel Mediasi (*intervening*): Kepuasan Pelanggan (Y)

3. Variabel Terikat (independen): Loyalitas Pelanggan (Z)

Definisi dari variabel-variabel tersebut:

a. Konsep Kualitas Layanan

Kualitas Pelayanan adalah penilaian pelanggan tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan.

Pelanggan akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat dari Bloemer *et al* dalam Karsono

(2007:23). Di dalam penelitian ini adalah berkenaan dengan penilaian pelanggan mengenai kepuasan yang mereka peroleh terhadap kualitas pelayanan pada produk seluler IM3

b. *Perceived Value*

Perceived value didefinisikan sebagai penilaian dari pelanggan produk seluler IM3 dalam melakukan transaksi dengan mengeluarkan uang (*cost*) dibanding dengan harapan pelanggan pada pelayanan seluler IM3.

c. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya

terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya dari Kotler (2004:42). Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa

kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja

dan harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika

kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

d. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk baik barang atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang meskipun pengaruh situasi usaha pemasaran berpotensi merubah perilaku.

3. Definisi Operasional

Menurut Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (2008:46) definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional dari penelitian ini adalah:

a. Kualitas Layanan (X_1)

Kualitas Layanan adalah suatu hasil yang dirasakan pelanggan atau penilaian yang dilakukan kepada pelanggan mahasiswa Universitas Brawijaya terhadap kinerja produk kartu seluler IM3.

Indikator-indikator yang digunakan dari kualitas layanan adalah:

- 1) *Tangible* (Bukti Fisik), merupakan atribut jasa yang dapat dilihat secara fisik atau nyata, dalam penelitian ini meliputi: Kemasan produk dan logo IM3.
- 2) *Reliability* (Keandalan), merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara handal dan profesional kepada pelanggan. Atribut Keandalan meliputi: Kekuatan Jaringan Sinyal dan Akses Internet.

3) *Responsiveness* (Daya Tanggap), merupakan manifestasi dari perusahaan dalam segenap daya dukung dalam memberikan pelayanan dengan tanggap dan sebaik mungkin kepada pelanggan, meliputi: Gerai Indosat dan Kemudahan Akses Portal IM3.

4) *Assurance* (Jaminan), suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan sehingga dalam hal ini dapat menanamkan rasa keterjaminan kepercayaan dari para pelanggan dari adanya resiko dan keragu-raguan kepada perusahaan, meliputi: Pengurangan saldo pulsa sesuai dengan penggunaan dan ketepatan waktu.

5) *Empathy* (Empati), merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan tindakan perhatian yang tulus kepada pelanggan dan memahami permasalahan dan kebutuhan pelanggan Indosat IM3. Atribut-atribut dari Empati ini meliputi : Keramahan Operator *Customer Service* dan layanan sistem operasi ponsel.

b. *Perceived Value* (X_2)

Perceived value didefinisikan sebagai penilaian dari pelanggan produk seluler IM3 dalam melakukan penggunaan produk jasa IM3 dengan mengeluarkan uang (*cost*) dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan pelanggan pada pelayanan IM3.

Indikator-indikator yang digunakan dalam variabel *perceived value* ini adalah:

- 1) *Emotional Value* (nilai emosional), merupakan utilitas yang berasal dari perasaan atau emosi positif yang ditimbulkan dari pelanggan menggunakan produk IM3, meliputi: Tidak terjadi penundaan pengiriman SMS (*pending*) dan kedekatan IM3 dengan pelanggan.
- 2) *Social Value* (nilai sosial), merupakan utilitas yang didapatkan dari kemampuan produk jasa seluler IM3 untuk meningkatkan konsep diri-sosial pelanggan, meliputi: *Web social* (blog, situs, Twitter, Facebook) dan komunitas IM3.
- 3) *Quality/Performance Value* (nilai kualitas/kinerja), merupakan utilitas yang diperoleh dari persepsi terhadap kualitas dan kinerja yang diharapkan atas produk jasa seluler IM3, meliputi: Kualitas Jaringan Telepon dan Internet dan Kualitas pengiriman SMS serta MMS.
- 4) *Price/Value of Money*, merupakan utilitas yang didapatkan dari produk dikarenakan reduksi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang, meliputi: harga penggunaan jasa IM3 (SMS, telepon, internet, fitur-fitur lain) dan harga telepon dan SMS antar operator.

c. Variabel *Intervening* (Y)

Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Kepuasan didefinisikan sebagai suatu perasaan yang dialami oleh Pelanggan sebagai pengguna jasa Indosat IM3 atas

layanan kartu seluler. Kepuasan Pelanggan merupakan perbandingan antara harapan yang diinginkan Pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima. Apabila harapan yang mereka inginkan terpenuhi maka mereka akan merasa puas, sedang harapan yang tidak sesuai dengan kenyataan akan membuat mereka tidak puas.

Indikator yang digunakan untuk variabel kepuasan pelanggan oleh Angel dalam Kotler (2008:36) adalah :

- 1) Kepuasan terhadap pelayanan
- 2) Kepuasan produk yang dihasilkan
- 3) Perbandingan antara harapan dan kenyataan

Dalam variabel tingkat kepuasan pelanggan dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator tanggapan pelanggan yaitu:

- 1) Pelanggan merasa puas akan layanan yang diberikan Indosat IM3
- 2) Jasa yang diberikan IM3 sesuai dengan ekspektasi pelanggan

d. Variabel Independen (Z)

Menurut Tjiptono (2008:56) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk

menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh pelanggan. Dalam variabel tingkat loyalitas pelanggan dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan indikator kepuasan pelanggan yaitu:

- a. *Repeat*, yaitu apabila Pelanggan membutuhkan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan
- b. *Retention*, yakni apabila ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.
- c. *Refferal*, apabila jasa yang diterima memuaskan, maka Pelanggan akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia tidak akan bicara pada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan pelayanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak penyedia dana.

Loyalitas didefinisikan sebagai suatu bentuk sikap dari Pelanggan mahasiswa Universitas Brawijaya yang muncul akibat adanya rasa puas terhadap kinerja (*performance*) dari IM3.

Tabel 3.1 Variabel, Indikator dan Item

Variabel	Indikator	Item	
Kualitas Layanan	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	1. Kemasan Produk 2. Logo IM3	
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Kekuatan Jaringan Sinyal 2. Akses Internet	
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	1. Gerai Indosat 2. Kemudahan akses portal IM3	
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	1. Pengurangan Saldo Pulsa sesuai Penggunaan 2. Ketepatan waktu	
	Empati (<i>Empathy</i>)	1. Keramahan Operator Customer Service 2. Layanan sistem operasi ponsel	
	Perceived Value	<i>Emotional Value</i>	1. Tidak Terjadi <i>Pending</i> 2. Kedekatan IM3 dengan pelanggan
		<i>Social Value</i>	1. Web <i>social</i> (blog, situs, Twitter, Facebook) 2. Komunitas IM3
<i>Quality/Performance Value</i>		1. Kualitas Jaringan Telepon dan Internet 2. Kualitas Pengiriman SMS, MMS	
<i>Price/Value of Money</i>		1. Harga penggunaan jasa IM3 (SMS, telepon sesama Indosat, internet, fitur-fitur lain) 2. Harga telepon dan SMS antar operator	
Kepuasan Pelanggan		1. Pelanggan merasa puas akan layanan yang diberikan Indosat IM3 2. Jasa yang diberikan IM3 sesuai dengan ekspektasi pelanggan 3. Jasa yang diberikan IM3 tidak mengecewakan	
Loyalitas Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	1. <i>Repeat</i> , pelanggan membutuhkan jasa yang disediakan IM3 2. <i>Retention</i> , pelanggan tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan operator lain 3. <i>Referral</i> , memberitahukan kepositifan jasa ke orang lain	

D. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dapat dilakukan dengan memberikan nilai jawaban responden atas item-item pada definisi operasional. Dalam penelitian digunakan skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert. Menurut Sugiyono (2008:107), skala likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini banyak digunakan karena mudah dibuat, bebas memasukkan pernyataan yang relevan, realibilitas yang tinggi dan aplikatif pada berbagai aplikasi. Penelitian ini menggunakan sejumlah jawaban dari pertanyaan yang berupa pernyataan (*statement*) dengan skala 5 yang menunjukkan setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan tersebut.

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = netral (ragu-ragu)

4 = setuju

5 = sangat setuju

Skala ini mudah dipakai untuk penelitian yang terfokus pada responden dan obyek. Jadi peneliti dapat mempelajari bagaimana respon yang berbeda dari tiap-tiap responden.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diharapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan obyek penelitian yang memiliki karakteristik sesuai dengan penelitian yang digunakan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Brawijaya pengguna kartu seluler IM3.

2. Sampel

Menurut Hakim dan Srikandi (1997:74) sampel adalah kumpulan sebagian anggota populasi yang terbentuk karena *sampling*. Sampel disini merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu peneliti harus membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel.

Menurut Ferdinand (2005:65) besarnya sampel sangat dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain tujuan penelitian. Jika penelitian bersifat deskriptif, maka umumnya membutuhkan sampel yang besar, tetapi jika penelitiannya hanya menguji hipotesis dibutuhkan sampel dalam jumlah yang lebih sedikit. Karena populasi yang mana dalam penelitian ini sangat banyak, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Sampel adalah sebagian

atau wakil populasi yang diteliti. Kemudian untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil digunakan rumus Machin & Campbell (1987:89) :

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right) + \frac{r}{2(n-1)}$$

$$n = \frac{(z_1 - \alpha + z_1 - \beta)^2}{(Up')^2} + 3$$

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right)$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

$Z\alpha$ = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan α yang telah ditentukan

$Z\beta$ = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan α yang telah ditentukan

r = koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai r terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian adalah $r = 0,35$; kemudian $\alpha = 0,05$ ($Z\alpha = 1,96$) pada pengukuran dua arah, dan $\beta = 0,05$ ($Z\beta = 1,645$) maka diperoleh n sebanyak 100 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Adapun teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* dengan *Simple Random Sampling*. Teknik *Simple Random Sampling* menurut Sugiyono (2009:120). "Teknik pengambilan data yang paling *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada

dalam populasi itu.” Dari populasi mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan kartu seluler IM3 akan diambil 100 mahasiswa. Dalam pengambilan sampel secara acak maka pengambilannya sangat sederhana, yakni mengambil sampel mahasiswa yang aktif dan terdaftar di fakultas masing-masing secara acak yang menggunakan operator IM3.

F. Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Menurut Indrianto (2002:147) Data primer secara khusus dilakukan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer ini didapatkan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden.

2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner/angket, yang diberikan kepada responden yaitu Mahasiswa Universitas Brawijaya. Selain itu untuk memperdalam informasi dari responden maka dilakukan wawancara secara langsung.

Instrumen Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Kuesioner

Daftar pertanyaan tertulis terstruktur yang diberikan kepada responden untuk menjangkau data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

b. Panduan Wawancara

Daftar pertanyaan yang digunakan untuk mengumpulkan informasi tambahan agar wawancara berlangsung dengan baik.

G. Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan sangat penting bagi suatu penelitian, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat untuk membuktikan hipotesis, kemudian data dalam suatu penelitian dapat dikumpulkan dengan suatu instrumen. Instrumen yang dipakai dalam mengumpulkan data haruslah memenuhi dua persyaratan penting yaitu validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Selanjutnya hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

1. Uji Validitas

Sugiyono (2008:267) menjelaskan, validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan menurut Simamora (2004:172), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat

kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti.

Menurut Arikunto (2006:170), pengujian validitas instrumen dapat menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[(n\sum x^2 - (\sum x)^2)][(n\sum y^2 - (\sum y)^2)]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = banyaknya sampel

x = *item* / pertanyaan

y = total item

Dengan membandingkan indeks korelasi *Product Moment Pearson* dengan level signifikansi 5%, suatu *item* instrumen dapat diketahui kevalidannya. Apabila probabilitas hasil korelasi di bawah 0,05 ($p \leq 0,05$), instrumen dinyatakan valid. Sebaliknya, bila probabilitas hasil korelasi di atas ($p > 0,05$), maka instrumen dinyatakan tidak valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang, terhadap

pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu yang merupakan definisi dari Ghozali (2001:41).

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam melakukan perhitungan *Alpha*, digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS 17 for Windows dengan menggunakan model *Alpha*.

Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

Menurut Arikunto (2006:196), untuk menguji reliabilitas instrumen, dapat digunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

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

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Malhotra (2009:31) juga menjelaskan, suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,6

($\alpha \geq 0,6$). Sebuah nilai 0,6 atau kurang secara umum mengindikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel kualitas layanan, *perceived value*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat dilihat dalam tabel-tabel di bawah ini beserta penjelasannya. Tabel 3.2 menunjukkan indikator untuk kualitas layanan mempunyai tingkat probabilitas 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan indikator tersebut dinyatakan valid. Sementara hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh hasil 0,897 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan indikator.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Layanan

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (r)	Probabilitas	Keterangan
1.	$X_{1.1}-X_1$	0,705	0,000	Valid
2.	$X_{1.2}-X_1$	0,597	0,000	Valid
3.	$X_{1.3}-X_1$	0,634	0,000	Valid
4.	$X_{1.4}-X_1$	0,739	0,000	Valid
5.	$X_{1.5}-X_1$	0,769	0,000	Valid
6.	$X_{1.6}-X_1$	0,727	0,000	Valid
7.	$X_{1.7}-X_1$	0,753	0,000	Valid
8.	$X_{1.8}-X_1$	0,748	0,000	Valid
9.	$X_{1.9}-X_1$	0,753	0,000	Valid
10.	$X_{1.10}-X_1$	0,791	0,000	Valid
			Alpha = 0,897	Reliabel

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua indikator untuk *perceived value* mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$),

sehingga keseluruhan indikator tersebut dinyatakan valid. Sementara hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh hasil 0,907 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan indikator.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Perceived Value*

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (r)	Probabilitas	Keterangan
1.	$X_{2,1}-X_2$	0,867	0,000	Valid
2.	$X_{2,2}-X_2$	0,876	0,000	Valid
3.	$X_{2,3}-X_2$	0,776	0,000	Valid
4.	$X_{2,4}-X_2$	0,732	0,000	Valid
5.	$X_{2,5}-X_2$	0,793	0,000	Valid
6.	$X_{2,1}-X_2$	0,752	0,000	Valid
7.	$X_{2,1}-X_2$	0,734	0,000	Valid
8.	$X_{2,1}-X_2$	0,723	0,000	Valid
Alpha = 0,907				Reliabel

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (r)	Probabilitas	Keterangan
1.	Y_1-Y	0,794	0,000	Valid
2.	Y_2-Y	0,760	0,000	Valid
3.	Y_3-Y	0,808	0,000	Valid
Alpha = 0,688				Reliabel

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa semua indikator untuk kepuasan pelanggan mempunyai tingkat probabilitas 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan indikator tersebut dinyatakan valid. Sementara hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh hasil 0,688 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan indikator.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (r)	Probabilitas	Keterangan
1.	Z_1-Z	0,752	0,000	Valid
2.	Z_2-Z	0,782	0,000	Valid
3.	Z_3-Z	0,717	0,000	Valid
4.	Z_4-Z	0,681	0,000	Valid
Alpha = 0,714				Reliabel

Tabel 3.5 menjelaskan bahwa semua indikator untuk loyalitas pelanggan lanjutan mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan indikator tersebut dinyatakan valid. Sementara hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh hasil 0,714 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan indikator.

H. Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel yang mempengaruhi variabel lain agar data

yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus diolah atau dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Menurut Simamora (2004:231), analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi.

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel. Hasil analisis ini juga dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan alat analisis dalam uji hipotesis. Dalam upaya membantu untuk memaparkan hasil analisis ini akan ditampilkan dalam bentuk tabulasi, gambar maupun grafik yang sesuai dengan hasil pengamatan.

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur atau juga dikenal dengan sebutan *path analysis* dikembangkan pertama kali pada tahun 1920-an oleh seorang ahli genetika bernama Sewall Wright dalam Kuncoro (2008:1). Bohrnstedt dalam Kusnendi (2005:1) mengartikan analisis jalur sebagai “*a technique for estimating the effect's a set of independent variables has on a dependent variable from a set of observed correlations, given a set of hypothesized causal, asymmetric relation among variables.*” Sedangkan tujuan utama analisis jalur adalah “*a method of measuring the direct influence along*

each separate path in such a system and thus of finding the degree which variation of a given effect is determined by each particular cause.”

Asumsi-asumsi yang menjelaskan path analysis seperti yang dijelaskan Riduwan (2007:2) adalah sebagai berikut:

- 1) Pada model *path analysis* antar variabel adalah bersifat linier, adaptif dan bersifat normal
- 2) Hanya sistem aliran kausal ke satu arah artinya tidak ada arah kausalitas yang berbalik
- 3) Variabel terikat (endogen) minimal dalam skala ukur interval dan *ratio*
- 4) Menggunakan sampel *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel
- 5) *Observed variables* diukur tanpa kesalahan (instrumen pengukuran valid dan *reliable* artinya variabel yang diteliti dapat diobservasi secara langsung
- 6) Model yang dianalisis dispesifikasikan (diidentifikasi) dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan artinya model teori yang dikaji atau diuji dibangun berdasarkan teoritis tertentu yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti

Jadi analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui hubungan langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Manfaat dari model analisis jalur adalah untuk menjelaskan fenomena yang diteliti, memprediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas (X), faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas (X) mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat (Y), juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dan pengujian model menggunakan metode *trimming*. Prinsip-prinsip dasar

yang sebaiknya dipenuhi dalam analisis jalur diantaranya ialah oleh

Kuncoro (2008:2):

- a) Hubungan antar variabel adalah bersifat adaptif dan bersifat normal.
- b) Hanya sistem aliran kausal ke satu arah artinya tidak ada arah kausalitas yang berbalik.
- c) Variabel terikat (endogen) minimal dalam skala ukur interval dan rasio.
- d) Menggunakan sampel *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel
- e) *Observed variable* diukur tanpa kesalahan (instrumen pengukuran validitas dan reliabilitas) artinya variabel yang diteliti dapat diobservasi secara langsung.
- f) Model yang dianalisis dispesifikasikan (diidentifikasi) dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan artinya model teori yang dikaji atau diuji dibangun berdasarkan kerangka teoritis tertentu yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti.

Sarwono (2012:18) mengungkapkan tujuan dari *path analysis* adalah sebagai berikut:

- a) Melihat hubungan antar variabel dengan didasarkan pada model apriori
- b) Menerangkan mengapa variabel-variabel berkorelas dengan menggunakan suatu model yang berurutan secara temporer
- c) Menggambar dan menguji suatu model matematis dengan menggunakan persamaan yang mendasarinya

- d) Mengidentifikasi jalur penyebab suatu variabel tertentu terhadap variabel lain yang dipengaruhiinya
- e) Menghitung besarnya pengaruh satu variabel independen *exogenous* atau lebih terhadap variabel dependen endogenous lainnya.

Model analisis jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah model gabungan antara model regresi berganda dengan model mediasi.

Menurut Sarwono (2012:41) model ketiga dalam path analysis merupakan penggabunga antara model regresi linier berganda dengan model mediasi, yaitu variabel X berpengaruh terhadap variabel Z secara langsung (*direct effect*) dan secara tidak langsung (*indirect effect*) mempengaruhi juga variabel Z melalui variabel perantara Y.

Variabel X berfungsi sebagai variabel independen *exogenous* terhadap variabel Y dan Z. Sedangkan variabel Y mempunyai dua fungsi:

- a) Fungsi pertama sebagai variabel *endogenous* terhadap variabel *exogenous* X.
- b) Fungsi kedua sebagai variabel *endogenous* perantara untuk melihat pengaruh X terhadap Z melalui Y.
- c) Variabel Z merupakan variabel dependen *endogenous*.

Aplikasi path analysis model mediasi melalui variabel perantara dengan menggunakan program SPSS 17 menurut Sarwono (2012:69) adalah sebagai berikut:

- a) Membuat model diagram jalur berdasarkan hubungan antar variabel yang diteliti.
- b) Membuat diagram jalur dari model tersebut.

c) Membuat persamaan struktural

d) Membuat desain variabel, memasukkan data dan menganalisisnya dalam IBM SPSS.

e) Memasukkan data dengan cara mengklik pada perintah: Data View. Lalu menginputkan data sejumlah 100.

f) Melakukan penghitungan untuk sub struktur dengan menggunakan IBM SPSS

g) Penafsiran hasil perhitungan dengan menggunakan IBM SPSS

Langkah-langkah menguji analisis jalur secara manual sebagai berikut dalam Kuncoro (2008:116):

1. Merumuskan hipotesis dan persamaan struktural

$$\text{Struktur: } Y = \rho_{yx_1}X_1 + \dots + \rho_{yx_k}X_k + \rho_y\varepsilon_1$$

2. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi

a. Gambar diagram jalur lengkap tentukan sub-sub struktural dan rumuskan persamaan strukturalnya yang sesuai hipotesis yang diajukan.

Hipotesis: naik turunnya variabel endogen (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel eksogen (X_1 dan X_2).

b. Menghitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan.

3. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)

Pengujian keseluruhan hipotesis statistik dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis statistik dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0: \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = \dots \dots \dots \rho_{yx_k} = 0$$

$$H_1: \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = \dots \dots \dots \rho_{yx_k} \neq 0$$

a) Kaidah pengujian signifikan secara manual : menggunakan Tabel F

$$F = \frac{(n - k - 1)R_{yx_k}^2}{k(1 - R_{yx_k}^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel eksogen

$R_{yx_k}^2 = R_{\text{square}}$

Dengan taraf signifikan (α) = 0.05

Probabilitas $F \leq \alpha$ maka H_0 ditolak

Probabilitas $F > \alpha$ maka H_0 diterima

4. Menghitung koefisien jalur secara individu

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik berikut:

$$H_0: \rho_{yx_k} > 0$$

$$H_1: \rho_{yx_k} = 0$$

Secara individual uji statistik yang digunakan adalah uji t yang dihitung dengan rumus oleh Riduwan (2008:117)

$$t_k = \frac{\rho_{xi}}{se_{pk}}; (dk = n - k - 1)$$

Keterangan:

P_{xi} = Koefisien regresi dari variabel X_i

Se_{pk} = Standar Error Koefisien Regresi

5. Mencari besar kontribusi bersama atau koefisien determinasi (KD) dengan mengalikan R_{square} dengan 100%.

6. Meringkas dan menyimpulkan

Model analisis jalur berbeda dengan model regresi. Perbedaan tersebut terletak pada pola hubungan yang ingin diungkapkan. Model regresi digunakan untuk meramalkan atau menduga nilai sebuah variabel respon Y atas dasar nilai tertentu beberapa variabel prediktor $X_1; X_2, \dots, X_k$, atau pola hubungan yang mengisyaratkan besarnya pengaruh variabel penyebab $X_1; X_2, \dots, X_k$, terhadap sebuah variabel akibat Y , baik pengaruh yang langsung secara individual maupun secara bersamaan. Telaah statistika menyatakan bahwa untuk peramalan/pendugaan nilai Y atas dasar nilai-nilai $X_1; X_2, \dots, X_k$, pola hubungan yang sesuai adalah pola hubungan yang mengikuti model regresi, sedangkan untuk mengetahui hubungan sebab akibat, pola yang tepat adalah model struktural. Secara matematik, analisis jalur mengikuti pola model struktural yang dikemukakan Riduwan dkk (2008:5). Model struktural yaitu apabila setiap variabel terikat/endogen (Y) keadaannya ditentukan oleh seperangkat variabel bebas/eksogen (X).

Besar pengaruh setiap jalur dalam model analisis jalur (Beta) diperoleh dari perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Beta}_{Xi} = \rho_{xi} + A; A = \frac{\sigma_{xi}}{\sigma_y}$$

ρ_{xi} = Koefisien regresi dari variabel Xi

σ_{xi} = Standar deviasi dari variabel Xi

σ_y = Standar deviasi dari variabel endogen

Nilai Beta kemudian dikalikan dengan 100% untuk mendapatkan persentase dari besarnya pengaruh variabel X.

