

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan penelitian penjelasan (*explanatory research*). Menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2008:5) penelitian penjelasan atau *explanatory research* adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Penelitian ini akan menjelaskan tentang adanya hubungan antara variabel-variabel yang akan diukur dan diteliti, serta sejauh mana hubungan tersebut terjadi yang merupakan pengujian hipotesis berdasarkan kajian teori.

Churchill (2005:129) mengemukakan bahwa *explanatory research* adalah riset yang lebih menekankan kepada pengumpulan ide-ide dan masukan-masukan, hal ini khususnya berguna untuk memecahkan masalah yang luas dan samar menjadi sub masalah yang lebih sempit dan lebih tepat. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Maholtra (2009:161) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berupaya untuk mengkuantifikasi data dan biasanya menerapkan analisis statistik tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan serta menguji rumusan hipotesis yang kemudian pengujian hipotesis tersebut akan diinterpretasikan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau daerah penelitian ini dilakukan. Penelitian ini dilakukan di *cafe* Bunchbead yang beralamatkan di Ruko Dinoyo Town Square Kavling 19 Jalan MT. Haryono Kota Malang. Alasan lokasi ini dipilih karena Bunchbead merupakan *cafe* pertama di Kota Malang yang menyajikan menu “*Cake in Jar*” dan menerapkan strategi Diferensiasi Produk dalam pemasarannya. Bentuk “*Cake in Jar*” yang unik dan rasa yang enak, menjadi keunggulan yang ditawarkan *cafe* Bunchbead kepada pecinta kuliner di Kota Malang. Berdasarkan alasan tersebut *cafe* Bunchbead Kota Malang menjadi lokasi penelitian yang tepat untuk mendukung penelitian yang dilakukan peneliti, sehingga dalam hal ini peneliti mempunyai harapan dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti.

C. Variabel dan Pengukuran

1. Variabel Penelitian

Sekaran (2009:115) mendefinisikan variabel adalah apa pun yang membedakan atau membawa variasi pada nilai. Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik penelitian (Arikunto, 2006:118). Berdasarkan konsep yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa variabel adalah sebuah objek inti yang akan dipelajari, mempunyai nilai, dan dapat diukur dengan melakukan penelitian untuk mendapatkan kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel eksogen (*exogenous variables*) dan variabel endogen (*endogenous variables*).

a. Variabel Eksogen (*Exogenous Variables*)

Menurut Sarwono (2007:4) adalah semua variabel yang tidak ada penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak panah menuju ke arahnya, selain pada bagian kesalahan pengukuran. Variabel eksogen (*exogenous variables*) dalam penelitian adalah Diferensiasi Produk.

b. Variabel Endogen (*Endogenous Variables*)

Menurut Sarwono (2007:4) variabel endogen adalah variabel yang mempunyai anak panah menuju ke arah variabel tersebut. Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel eksogen. Variabel endogen (*endogenous variables*) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

2. Definisi Operasional Variabel

a. Diferensiasi Produk (*Exogenous Variables*)

Diferensiasi Produk merupakan penciptaan atau penambahan serangkaian perbedaan yang penting dan mempunyai nilai lebih pada produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang secara relatif berbeda dengan yang ditawarkan pesaing. Dalam konteks penelitian ini variabel Diferensiasi Produk diukur dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Bentuk (*Form*) adalah wujud dari produk yang disajikan. Indikator ini merupakan hal pertama yang dinilai pelanggan ketika pertama kali melihat produk. Bentuk fisik produk yang dinilai menarik dapat menjadi daya tarik pelanggan untuk membeli ketika melihat produk. *Item* pada indikator bentuk terdiri dari:

- a) Bentuk “*Cake in Jar*” unik
 - b) Kemasan “*Cake in Jar*” berciri khas
- 2) Fitur (*Feature*) atau keistimewaan yang dimiliki produk. Keistimewaan dari produk yang ditawarkan merupakan hal yang melengkapi harapan pelanggan pada kinerja dasar produk. Selain keistimewaan produk tersebut, pelanggan juga mengharapkan keistimewaan berupa manfaat dari produk. *Item* pada indikator keistimewaan terdiri dari:
- a) “*Cake in Jar*” memiliki banyak pilihan rasa
 - b) Tampilan “*Cake in Jar*” menarik
 - c) Kemasan “*Cake in Jar*” praktis
 - d) “*Cake in Jar*” adalah makanan penutup modern
 - e) Kemasan “*Cake in Jar*” ramah lingkungan
- 3) Kualitas Kinerja (*Performance Quality*) adalah mutu produk. Karakteristik dasar produk yaitu keunggulan rasa dari produk yang disajikan dimungkinkan dapat memikat pelanggan untuk kembali melakukan pembelian ulang (karakteristik dasar produk tinggi). Selain itu juga diharapkan memberikan kesan positif pada produk dan memberi dampak kesetiaan pelanggan. Jika keunggulan rasa tidak terpenuhi maka pelanggan akan kecewa. *Item* pada indikator kualitas kinerja terdiri dari:
- a) Rasa “*Cake in Jar*” sesuai selera
 - b) Tekstur kue “*Cake in Jar*” lembut
 - c) *Toping* “*Cake in Jar*” menggugah selera
 - d) Porsi “*Cake in Jar*” tidak berlebihan

4) Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*) merupakan pemenuhan atas spesifikasi yang dijanjikan. Indikator ini menjadi tolak ukur keberhasilan produk memberikan pelayanan keunggulan rasa dari produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan atau justru jauh dari harapan pelanggan. *Item* pada indikator kualitas kesesuaian” terdiri dari:

- a) Bahan baku “*Cake in Jar*” higienis
- b) Bahan baku “*Cake in Jar*” halal
- c) “*Cake in Jar*” *fresh from oven*

5) Daya Tahan (*Durability*) yaitu ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam jangka beberapa waktu. Indikator dalam hal ini berkaitan dengan berapa lama produk dapat digunakan. Menunjukkan siklus produk secara teknis maupun waktu. *Item* pada indikator daya tahan” terdiri dari:

- a) “*Cake in Jar*” tidak menggunakan bahan pengawet
- b) “*Cake in Jar*” bisa bertahan beberapa hari
- c) Kemasan “*Cake in Jar*” berkualitas baik
- d) Kemasan “*Cake in Jar*” tidak mudah rusak

6) Keandalan (*Realibility*) adalah ukuran probabilitas produk dalam waktu tertentu tidak mengalami kerusakan. Pada indikator ini mempunyai maksud kemungkinan kecil produk mengalami kerusakan atau gagal pakai.

Hal ini berkaitan dengan kemampuan produk bertahan selama penggunaan yang wajar. *Item* pada indikator keandalan terdiri dari:

- a) Harga “*Cake in Jar*” terjangkau

- b) “*Cake in Jar*” dapat dikonsumsi semua orang
- c) “*Cake in Jar*” sangat cocok untuk makanan penutup

b. Kepuasan Pelanggan (*Endogenous Variables 1*)

Kepuasan Pelanggan (Y_1) adalah persepsi perbandingan antara nilai produk yang dirasakan dengan harapan yang diprediksi sebelum produk dibeli atau dikonsumsi. Indikator dari variabel Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan keseluruhan dari pelanggan dengan *item*:

- 1) Pelanggan puas saat membeli “*Cake in Jar*”
- 2) Pelanggan puas saat menikmati “*Cake in Jar*”
- 3) *Cafe Bunchbead* tidak mengecewakan pelanggan

c. Loyalitas Pelanggan (*Endogenous Variables 2*)

Loyalitas Pelanggan (Y_2) merupakan kesetiaan pelanggan pada suatu produk yang dibeli atau dikonsumsi. Loyalitas Pelanggan dalam penelitian ini dari Loyalitas Pelanggan mencakup:

- 1) Pembelian ulang, dengan *item*:
 - a) Melakukan pembelian “*Cake in Jar*” dalam satu bulan.
 - b) Melakukan pembelian antar lini produk “*Cake in Jar*”.
 - c) Melakukan pembelian ulang “*Cake in Jar*”.
- 2) *Word of mouth* dengan *item* :
 - a) Menceritakan “*Cake in Jar*” kepada orang lain
 - b) Merekomendasikan “*Cake in Jar*” kepada orang lain
 - c) Mengajak orang lain untuk menikmati “*Cake in Jar*”

Berikut ini adalah Tabel 3.1 yang merupakan pemetaan variabel, indikator, dan *item* penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 3.1 Variabel, Indikator, dan Item

Variabel	Indikator	Item
Diferensiasi Produk	Bentuk (<i>Form</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk “<i>Cake in Jar</i>” unik 2. Kemasan “<i>Cake in Jar</i>” menarik
	Fitur (<i>Feature</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. “<i>Cake in Jar</i>” memiliki banyak pilihan rasa 2. Tampilan “<i>Cake in Jar</i>” menarik 3. Kemasan “<i>Cake in Jar</i>” praktis 4. “<i>Cake in Jar</i>” adalah makanan penutup modern
	Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa “<i>Cake in Jar</i>” sesuai selera 2. Tekstur kue “<i>Cake in Jar</i>” lembut 3. <i>Topping</i> “<i>Cake in Jar</i>” menggugah selera 4. Porsi “<i>Cake in Jar</i>” tidak berlebihan
	Kualitas Kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku “<i>Cake in Jar</i>” higienis 2. Bahan baku “<i>Cake in Jar</i>” halal 3. “<i>Cake in Jar</i>” disajikan <i>fresh from oven</i>
	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. “<i>Cake in Jar</i>” tidak menggunakan bahan pengawet 2. “<i>Cake in Jar</i>” bisa bertahan beberapa hari 3. Kemasan “<i>Cake in Jar</i>” berkualitas baik 4. Kemasan “<i>Cake in Jar</i>” tidak mudah rusak
	Keandalan (<i>Realibility</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga “<i>Cake in Jar</i>” terjangkau 2. “<i>Cake in Jar</i>” dapat dikonsumsi semua orang 3. “<i>Cake in Jar</i>” sangat cocok untuk makanan penutup
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Pelanggan keseluruhan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan puas atau senang saat membeli “<i>Cake in Jar</i>” 2. Pelanggan puas atau senang saat menikmati “<i>Cake in Jar</i>” 3. <i>Cafe Bunchbead</i> tidak mengecewakan pelanggan
Loyalitas Pelanggan	Pembelian ulang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian “<i>Cake in Jar</i>” dalam satu bulan. 2. Melakukan pembelian antarlini produk “<i>Cake in Jar</i>”. 3. Melakukan pembelian ulang “<i>Cake in Jar</i>”.
	<i>Word of Mouth</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menceritakan “<i>Cake in Jar</i>” kepada orang lain. 2. Merekomendasikan “<i>Cake in Jar</i>” kepada orang lain. 3. Mengajak orang lain untuk menikmati “<i>Cake in Jar</i>”.

3. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Setiap jawaban responden dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata atau dihitung dengan menggunakan skor yang tertera pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Skor Penilaian untuk Pengukuran Jawaban Responden

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

Sumber : Sekaran, 2006: 31

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto,2006:130). Malhotra (2009:364) menyatakan bahwa populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian "*Cake in Jar*" di *cafe* Bunchbead Ruko Dinoyo Town Square kavling 19 jalan MT. Haryono Kota Malang berdasarkan kriteria sebagai berikut :

- a. Merupakan pelanggan yang pernah melakukan pembelian "*Cake in Jar*" di *cafe* Bunchbead Ruko Dinoyo Town Square kavling 19 jalan MT. Haryono Kota Malang sebanyak dua kali atau lebih.
- b. Telah dewasa (18 tahun) sehingga dapat memberikan jawaban pada kuesioner secara objektif dan rasional.

2. Sampel

Malhotra (2009:364) mendefinisikan sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Arikunto (2006:131) menyebutkan sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi itu sendiri. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui, sehingga untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Machin dan Champbell (1987: 89).

- Rumus interasi tahap pertama :

$$U\rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right)$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U\rho)^2} + 3$$

- Rumus interasi tahap kedua :

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

Keterangan :

$U\rho$ = Standardized normal random variabel corresponding to particular value of the correlation coefficient ρ

$Z_{1-\alpha}$ = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$ = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

ρ = Perkiraan koefisien korelasi = 0,30

α = Kekeliruan tipe I yaitu menerima hipotesis yang seharusnya ditolak (5%)

β = Kekeliruan tipe II yaitu menerima hipotesis yang seharusnya diterima (1%)

In = log-e

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai r terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian ini adalah $r = 0,30$; $\alpha = 0,05$ pada pengujian dua arah

dan $\beta = 0,01$ maka diperoleh n (minimum) = 112. Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 112 orang.

3. Teknik *Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling*. Sekaran (2006: 128) menyebutkan desain pengambilan sampel sistematis meliputi menarik setiap elemen ke- n dalam populasi, dimulai dengan elemen yang dipilih secara acak antara 1 dan n . Pada penelitian ini pengambilan sampel secara sistematis dilakukan dengan menentukan responden pertama secara acak (setiap hari) kemudian responden kedua dan selanjutnya ditentukan dengan menggunakan *timer* (selisih waktu) yaitu setiap sepuluh menit.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer. Sekaran (2007:77) menyebutkan bahwa data primer merupakan data yang dikumpulkan untuk penelitian dari tempat aktual terjadinya suatu peristiwa. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari pelanggan *cafe* Bunchbead Kota Malang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, yang diberikan kepada responden yaitu pelanggan yang pernah melakukan pembelian "*Cake in Jar*" di *cafe* Bunchbead Kota Malang. Maholtra (2009:325) mengemukakan kuesioner adalah teknik terstruktur digunakan untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis atau verbal, kemudian dijawab oleh responden.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data agar penelitian lebih mudah dilakukan, hasilnya lebih baik, lebih cermat, lengkap dan sistematis serta lebih mudah diolah. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan dan atau pernyataan tertulis terstruktur yang diberikan kepada responden. Kuesioner yang disusun dengan baik dapat membuat responden termotivasi untuk memberikan tanggapan yang baik. Tanggapan responden yang baik maka akan membuat hasil penelitian lebih variatif sesuai dengan keadaan yang sebenarnya responden rasakan.

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2006:68). Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki nilai validitas lebih besar dari yang sudah ditetapkan yaitu setelah nilai r hitung diperoleh, selanjutnya membandingkan antara probabilitas r perhitungan dengan α yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Jika nilai probabilitas r hitung lebih besar dari nilai 0,05 maka dikatakan valid, namun apabila lebih kecil dari 0,05 maka tidak valid. Tinggi rendahnya validitas suatu kuesioner dapat dihitung dengan teknik kolerasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson dengan rumus sebagai berikut :

Rumus korelasi *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Arikunto, 2006:170})$$

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi
 X = Skor *Item*
 Y = Skor Total *Item*
 n = Banyaknya sampel

b. Hasil Uji Validitas

Berdasarkan uji validitas kuesioner yang diujikan pada pelanggan “*Cake in Jar*” *cafe* Bunchbead Kota Malang, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3.3 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

No.	Indikator	Koefisien Validitas	Sig.	Keterangan
1	X1.1.1	0,686	0,000	Valid
2	X1.1.2	0,663	0,000	Valid
3	X1.2.1	0,681	0,000	Valid
4	X1.2.2	0,721	0,000	Valid
5	X1.2.3	0,682	0,000	Valid
6	X1.2.4	0,653	0,000	Valid
7	X1.2.5	0,596	0,001	Valid
8	X1.3.1	0,642	0,000	Valid
9	X1.3.2	0,636	0,000	Valid
10	X1.3.3	0,646	0,000	Valid
11	X1.3.4	0,600	0,000	Valid
12	X1.4.1	0,659	0,000	Valid
13	X1.4.2	0,588	0,001	Valid
14	X1.4.3	0,690	0,000	Valid
15	X1.5.1	0,713	0,000	Valid
16	X1.5.2	0,570	0,001	Valid
17	X1.5.3	0,743	0,000	Valid
18	X1.5.4	0,314	0,091	Valid

Tabel Lanjutan 3.3

No.	Variabel	Koefisien Validitas	Sig.	Keterangan
19	X1.6.1	0,541	0,002	Valid
20	X1.6.2	0,507	0,004	Valid
21	X1.6.3	0,516	0,004	Valid
22	Y1.1.1	0,804	0,000	Valid
23	Y1.1.2	0,893	0,000	Valid
24	Y1.1.3	0,881	0,000	Valid
25	Y2.1.1	0,620	0,000	Valid
26	Y2.1.2	0,596	0,001	Valid
27	Y2.1.3	0,756	0,000	Valid
28	Y2.2.1	0,731	0,000	Valid
29	Y2.2.2	0,746	0,000	Valid
30	Y2.2.3	0,762	0,000	Valid

Sumber : Lampiran 5

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan dan keakuratan alat tersebut dalam mengungkap gejala yang ada. Suatu instrumen dikatakan *reliable* bila hasil nilai lebih atau sama dengan nilai kritis yaitu sebesar 0,6. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right] \quad (\text{Arikunto, 2006: 196})$$

Keterangan :

- r = Reliabilitas konsumen
- k = banyaknya *item* pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians *item*
- σ_1^2 = Varians total

d. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji reliabilitas kuesioner yang diujikan pada pelanggan “*Cake in Jar*” Bunchbead Kota Malang, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3.4 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Diferensiasi Produk (X)	0,752	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (Y ₁)	0,848	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan (Y ₂)	0,770	Reliabel

Sumber : Lampiran 5

G. Analisis Data

Analisis data merupakan langkah selanjutnya dalam usaha menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini digunakan analisis statistik deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*).

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yakni mendeskripsikan karakteristik penelitian dengan menggambarkan objek penelitian yang terdiri dari gambaran lokasi penelitian, karakteristik responden, serta *items* yang didistribusikan dari masing-masing variabel. Menurut Arikunto (2006:239) analisis deskriptif adalah data analisis yang dikumpulkan dalam penelitian korelasional, komparatif, atau eksperimen diolah dengan rumus-rumus statistik yang sudah disediakan, baik secara manual maupun dengan menggunakan jasa komputer. Data yang diperoleh diinterpretasikan dalam bentuk angka dan persentase.

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur merupakan teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung (Rutherford dalam Sarwono, 2007:1). Menurut Garson dalam Sarwono (2007:1) memberikan pengertian analisis jalur sebagai model perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti. Model dalam pengertian ini digambarkan dalam bentuk gambar lingkaran dan anak panah.

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

- Melihat hubungan antar variabel dengan didasarkan pada model apriori
- Menerangkan mengapa variabel-variabel berkorelasi dengan menggunakan suatu model yang berurutan secara temporer
- Menggambar dan menguji suatu model matematis dengan menggunakan persamaan yang mendasarinya
- Mengidentifikasi jalur penyebab suatu variabel tertentu terhadap variabel lain yang dipengaruhinya
- Menghitung besarnya pengaruh satu variabel independen *exogenous* atau lebih terhadap variabel dependen endogenous lainnya.

Model analisis jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah model mediasi atau perantara (*intervening variable*) dimana kehadiran Y_1 sebagai variabel perantara akan mengubah pengaruh variabel X terhadap variabel Y_2 . Aplikasi *path analysis* model regresi berganda dengan model jalur dan menggunakan program SPSS.

3. Pembuktian Hipotesis

Pembuktian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *exogenous*, secara parsial (individu) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *endogenous*. Adapun caranya yaitu dengan melakukan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), dengan rumus t_{hitung} :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{Sb_i} \quad (\text{Rangkuti, 2004:63})$$

Keterangan:

b_i = Nilai koefisien variabel independen
 Sb_i = Nilai standart error variabel independen

- Apabila $p \leq 0,05$, maka variabel *exogenous* berpengaruh signifikan terhadap variabel *endogenous*.
- Apabila $p > 0,05$, maka variabel *exogenous* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *endogenous*.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut:

$$KP = (KK)^2 \times 100\% \quad (\text{Hasan, 2002:113})$$

Dimana :

KP = Besarnya koefisien determinan
 KK² = Koefisien korelasi