

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian kausalitas adalah penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel.<sup>41</sup> Dalam desain ini, umumnya hubungan sebab-akibat sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klarifikasi variabel penyebab, variabel antara dan variabel terkait.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung.<sup>42</sup> Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh langsung dari pengisian kuesioner sebagai instrument penelitian.

#### **B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah sekumpulan satuan analisis. Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas, obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

---

<sup>41</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal. 14

<sup>42</sup> Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 22

kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>43</sup> Yang dimaksud populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Istiqomah Karangrejo.

Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>44</sup> Ukuran sampel adalah banyak individu, subjek atau elemen-elemen dari suatu populasi yang diteliti untuk diambil sampelnya. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dalam pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.<sup>45</sup> Adapun pemilihan sampel yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan ketentuan :

1. Nasabah aktif BMT Istiqomah Karangrejo;
2. Frekuensi nasabah berkunjung di BMT Istiqomah lebih dari 2 kali;
3. Sudah menjadi nasabah di BMT Istiqomah lebih dari lima bulan.

Karena keterbatasan waktu, dana, tenaga dan besarnya jumlah populasi. Oleh karena itu, peneliti mereduksi objek penelitian dengan menggunakan sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus Slovin dengan taraf kepercayaan 90% (taraf signifikansi 0,10).

---

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 19

<sup>44</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 77

<sup>45</sup> Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 155

Rumus Slovin dengan taraf kepercayaan 90% (taraf signifikansi 0,10) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{N}{1 + N(0,10)^2}$$

$$n = \frac{6609}{1 + 6609(0,10)^2}$$

$$n = \frac{6609}{67,09}$$

$$n = 98.51 = 100$$

### C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

#### 1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau data yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.<sup>46</sup> Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil jawaban responden atau kuesioner yang diberikan kepada pengguna jasa BMT Istiqomah Karangrejo.

---

<sup>46</sup> Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data....*, hal. 21

## 2. Variabel

Variabel dapat didefinisikan sebagai konsep yang memiliki variasi atau yang memiliki lebih dari satu nilai.<sup>47</sup> Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>48</sup> Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu:

### a. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu.<sup>49</sup> Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *service quality*.

### b. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen yang dilambangkan dengan (Y) merupakan variabel yang dilibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>50</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *word of mouth*.

### c. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan

---

<sup>47</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian....*, hal. 59

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 36

<sup>49</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian....*, hal. 61

<sup>50</sup> *Ibid*, hal. 61

dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur.<sup>51</sup> Keberadaan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bergantung pada keberadaan variabel ini karena variabel bebas harus mempengaruhi variabel antara terlebih dahulu, baru kemudian variabel antara ini yang dapat menimbulkan perubahan pada variabel terikat.<sup>52</sup> Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction*.

### 3. Skala Pengukuran

Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>53</sup> Dengan skala *likert* maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Adapun pengukuran skala *likert* dalam penelitian ini sebagai berikut :

Kriteria		Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, hal. 61

<sup>52</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian.....*, hal. 62

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 168

## D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

### 1. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>54</sup> Dalam penelitian ini responden merupakan nasabah pengguna jasa BMT Istiqomah.

### 2. Instrument Penelitian

Berdasarkan indikator dalam jabaran variabel pada Gambar 2.1, maka dapat dikembangkan instrument penelitian sebagai berikut :

Variabel	Dimensi	Instrumen	Sumber Data	No. Item	Skala Pengukuran
Variabel Bebas (X) <i>Service Quality</i>	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i>	Kuesioner tertutup	Nasabah	1-21	Skala <i>Likert</i>
Variabel Terikat (Y) <i>Word Of Mouth</i>	1. Cerita Positif 2. Rekomendasi 3. Ajakan	Kuesioner tertutup	Nasabah	22-33	

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 199

Variabel Intervening (Z)  <i>Customer Satisfaction</i>	1. Sistem Keluhan dan Saran  2. Analisis Konsumen	Kuesioner tertutup	Nasabah	34- 41	
--	--	-----------------------	---------	-----------	--

## E. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Instrumen Penelitian

Langkah awal yang akan dilakukan sebelum memulai analisis data adalah melakukan analisis instrumen penelitian atau alat penelitian. Adapun langkah-langkah yang akan ditempuh dalam melakukan analisis adalah sebagai berikut :

#### a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan r-table. Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel dan nilai r positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Dapat juga membandingkan nilai signifikan dua arah (sig 2-Tailed). Jika signifikan dua arah (sig 2-Tailed) < 0,05

maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, tetapi jika signifikansi dua arah (sig 2-Tailed)  $> 0,05$  maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.<sup>55</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.<sup>56</sup> Uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* ( $\alpha$ ) pada masing-masing variabel. *cronbach alpha* ( $\alpha$ ) digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten instrument atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Jika *alpha*  $> 0,90$  maka dikatakan reliabilitas sempurna, *alpha* antara  $0,70-0,90$  maka dikatakan reliabilitas tinggi, dan jika *alpha* antara  $0,50-0,70$  maka dikatakan reliabilitas moderat. Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable atau handal jika memiliki *cronbach alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$ .<sup>57</sup> Ketidak konsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi reponden atau kekurangpahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

---

<sup>55</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2016) hal.52

<sup>56</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 99

<sup>57</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2007), hal. 129

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu dan residual atau variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.<sup>58</sup>

Salah satu cara yang mudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram dan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.<sup>59</sup> Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Yang mana dasar dari pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- (a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas;

---

<sup>58</sup> Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008), hal. 113

<sup>59</sup> Dina Amanda, *Pengaruh Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Kepercayaan dan Atribut Produk Tabungan Batara IB Terhadap Loyalitas Nasabah*. (Palembang: Skripsi UIN Raden Fatah, 2017), hal. 60

- (b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengubah arah garis diagonal maka tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati, secara visual kelihatan normal padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan untuk menguji normalitas data dengan uji statistik *Kolmogorov Smirnov* (K-S) yang dilakukan dengan membuat hipotesis nol ( $H_0$ ) untuk data berdistribusi normal dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) untuk data berdistribusi tidak normal. Dengan uji statistik yaitu menggunakan uji statistik non-parametik *Kolmogorov Smirnov*.

$H_0$  = data residual berdistribusi normal (Asymp.Sig>0.05)

$H_a$  = data residual berdistribusi tidak normal (Asymp.Sig<0.05)

### 3. Uji linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian dengan SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal. 117

#### 4. Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan SPSS. Analisis jalur merupakan teknik analisis statistik yang merupakan pengembangan dari analisa regresi berganda.<sup>61</sup>

$$Z (\textit{Customer Satisfaction}) = \beta \textit{Service Quality} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$Y (\textit{Word Of Mouth}) = \beta \textit{Service Quality} + \beta \textit{Customer Satisfaction} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

Dimana :

Variabel bebas : *Service Quality*

Variabel terikat : *Word Of Mouth*

Variabel intervening : *Customer Satisfaction*

##### a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Model regresi linier berganda dapat disebut model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi, dan terbebas dari asumsi klasik statistik, baik itu normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

---

<sup>61</sup> Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian.....*, hal. 265

### 1) Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinear.<sup>62</sup> Ada tidaknya masalah multikolinieritas dalam regresi dapat dilihat dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10.

### 2) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah alat uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.<sup>63</sup> Jika varian dari pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat, dengan residualnya :

---

<sup>62</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis.....*, hal.105

<sup>63</sup> Imam Ghazali, *Model Persamaan Struktural.....*, hal. 105

(a) Analisis Grafik

Jika ada pola tertentu yang teratur, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas;

Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar di atas dan di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

(b) Analisis Statistik

Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.

### 3) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel gangguan sehingga penaksir tidak lagi efisien baik dalam model sampel kecil maupun dalam sampel besar. Salah satu cara untuk menguji autokorelasi adalah dengan percobaan Durbin-Watson.

Dengan cara melihat besaran Durbin-Watson (D-W) sebagai berikut:<sup>64</sup>

- (a) Angka D-W di bawah -2, berarti ada autokorelasi positif;
- (b) Angka D-W di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi;
- (c) Angka D-W di atas +2, berarti ada autokorelasi negatif.

Hasil perhitungan dilakukan perbandingan dengan F tabel. Kriteria pengujianya adalah apabila nilai Durbin Watson < F tabel, maka diantara variabel bebas dalam persamaan regresi tidak ada autokorelasi, demikian sebaliknya.

## **b. Pengujian Hipotesis**

### **1) Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *model summary* dan tertulis *R square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *adjust R square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen.<sup>65</sup> Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Jika  $R^2 = 1$ ,

---

<sup>64</sup> Sarfia Abdul Azis, *Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014*, (Makasar: Skripsi UIN Alaudin, 2016), hal. 46-47

<sup>65</sup> Ratlan Pardede dan Renhard Manurung, *Analisis Jalur=Path Analysis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hal. 38

berarti besarnya presentase sumbangan X terhadap variasi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y.

## 2) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji f dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen atau bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen atau terikat.<sup>66</sup> Probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka hasilnya signifikan berarti terdapat pengaruh dari variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen.

## 3) Uji Signifikan Parameter Individu (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Anton Bawono, *Multivariate Analysis dengan SPSS*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006), hal. 91

<sup>67</sup> Imam Ghazali, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 125

### c. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Menurut Ghazali, analisis jalur merupakan perluasan analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model causal*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.<sup>68</sup> Sedangkan menurut Noor, analisis jalur adalah keterkaitan hubungan atau pengaruh antara variabel bebas, variabel intervening dan variabel terikat dimana peneliti mendefinisikan secara jelas bahwa suatu variabel akan menjadi penyebab variabel lainnya yang bisa disajikan dalam bentuk diagram.<sup>69</sup> Teknik analisis jalur menggambarkan keterkaitan regresi berganda dengan variabel yang hendak diukur.

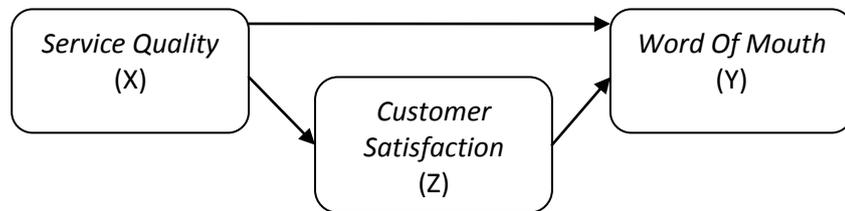
**TAHAP I:** Menentukan diagram jalurnya berdasarkan paradigma hubungan variabel sebai berikut :

---

<sup>68</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate.....*, hal. 174

<sup>69</sup> Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian.....*, hal. 265

**Gambar 3.1**  
**Diagram jalur Pengaruh *Service Quality* terhadap *Word of Mouth* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening**



Sumber: Data primer penelitian yang diolah, 2018

**TAHAP II:** Menentukan persamaan struktural sebagai berikut :

$$Z \text{ (Customer Satisfaction)} = \beta \text{Service Quality} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$Y \text{ (Word Of Mouth)} = \beta \text{Service Quality} + \beta \text{Customer Satisfaction} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

**TAHAP III:** Menganalisis dengan menggunakan SPSS, seperti langkah-langkah berikut ini. Analisis ini terdiri dari dua langkah, yaitu analisis untuk substruktural 1 dan substruktural 2.

#### 1) Analisis Substruktural I

$$Z \text{ (Customer Satisfaction)} = \beta \text{Service Quality} + e_1$$

#### Tahap Menghitung Persamaan Regresi

Implementasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dan menentukan persamaan structural berdasarkan diagram jalur yang ditentukan.

## Analisis Regresi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* dengan menggunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient*. Langkah-langkah analisis dapat dilakukan dengan cara :

- (a) Menentukan hipotesis;
- (b) Mengetahui besarnya angka t-hitung;
- (c) Menghitung besarnya t-tabel dengan ketentuan taraf signifikan 0,05 dan  $dk = (n-2)$ ;
- (d) Menentukan kriteria uji hipotesis;
- (e) Membandingkan angka taraf signifikan (sig.) dengan signifikansi 0,05 kriteria sebagai berikut :  
 Jika sig. penelitian  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima  
 Jika sig. penelitian  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak
- (f) Membuat keputusan.

## 2) Analisis Substruktural II

$$Y (\text{Word Of Mouth}) = \beta \text{Service Quality} + \beta \text{Customer Satisfaction} + e_1$$

## **Tahap Menghitung Persamaan Regresi**

Implementasi hasil perhitungan SPSS berdasarkan nilai analisis regresi dan menentukan persamaan structural berdasarkan diagram jalur yang ditentukan.

## **Analisis Regresi**

Pada bagian ini analisis dibagi menjadi dua. Pertama mengetahui pengaruh secara simultan dan kedua mengetahui pengaruh secara parsial.

### **(a) Mengetahui pengaruh *service quality* dan *customer satisfaction* secara simultan terhadap *word of mouth***

Untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan *customer satisfaction* terhadap *word of mouth* secara simultan adalah dari hasil perhitungan dari model summary, khususnya angka R square yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *service quality* dan *customer satisfaction* terhadap *word of mouth* dengan cara menghitung koefisien determinasi menggunakan rumus :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Untuk mengetahui kelayakan model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis

dilakukan dengan menggunakan angka F. pengujian dapat dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikansi (sig.) dengan signifikansi 0,05.

Jika sig. penelitian  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima

Jika sig. penelitian  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak

**(b) Mengetahui pengaruh *service quality* dan *customer satisfaction* secara parsial terhadap *word of mouth***

Untuk mengetahui besarnya pengaruh *service quality* dan *customer satisfaction* terhadap *word of mouth* digunakan uji t. Untuk mengetahui besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient*. Langkah-langkah analisis dapat dilakukan dengan cara :

- (a) Menentukan hipotesis;
- (b) Mengetahui besarnya angka t-hitung;
- (c) Menghitung besarnya t-tabel dengan ketentuan taraf signifikan 0,05 dan  $dk = (n-2)$ ;
- (d) Menentukan kriteria uji hipotesis;
- (e) Membandingkan angka taraf signifikan (sig.) dengan signifikansi 0,05 kriteria sebagai berikut :

Jika sig. penelitian  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima

Jika sig. penelitian  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak

(f) Membuat keputusan.

#### **d. Prosedur Analisis Variabel Mediasi *Intervening* (Versi Baron dan Kenny)**

Analisis variabel mediasi versi Baron dan Kenny<sup>70</sup> yang lebih dikenal dengan *strategy causal step*, memiliki tiga persamaan regresi yang harus diestimasi, yaitu :

- 1) Persamaan regresi sederhana variabel mediator (Z) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel mediator, jadi koefisien  $a \neq 0$ ;
- 2) Persamaan regresi sederhana variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen harus signifikan mempengaruhi variabel, jadi koefisien  $c \neq 0$
- 3) Persamaan regresi berganda variabel dependen (Y) pada variabel independen (X) dan mediator (Z) yang diharapkan variabel mediator signifikan mempengaruhi variabel dependen. Jadi koefisien  $b \neq 0$ . Mediasi terjadi jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lebih rendah pada persamaan ketiga ( $c'$ ) dibandingkan pada persamaan kedua (c).

---

<sup>70</sup> Reuben M. Baron and David A. Kenny, *The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic and Statistical Considerations*, Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 51, No. 6, 1173-1182. American Psychological Association, Inc. 1986

Sebenarnya koefisien a dan b yang signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya mediasi, meskipun c tidak signifikan. Sehingga tahap esensial dalam pengujian emosional adalah step 1 dan step 3. Jadi variabel independen mempengaruhi mediator dan mediator mempengaruhi dependen meskipun independen tidak mempengaruhi dependen. Bila step 1 dan step 3 terpenuhi dan koefisien c tidak signifikan ( $c = 0$ ) maka terjadi *perfect* atau *complete* atau *full mediation*. Bila koefisien  $c'$  berkurang namun tetap signifikan ( $c' \neq 0$ ) maka dinyatakan terjadi *partial mediation*.

Ada tiga model analisis yang melibatkan variabel mediator, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Perfect* atau *Complete* atau *Full Mediation*, artinya variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel dependen tanpa melalui variabel mediator;
- 2) *Partial Mediation*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel mediator;
- 3) *Unmediated*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediator.

**e. Perhitungan Pengaruh**1) Pengaruh Langsung (*Direct Effect* atau DE)

Pengaruh variabel *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* ( $X \rightarrow Z$ )

Pengaruh variabel *Customer Satisfaction* terhadap *Word Of Mouth* ( $Z \rightarrow Y$ )

Pengaruh variabel *Service Quality* terhadap variabel *Word Of Mouth* ( $X \rightarrow Y$ )

2) Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect* atau IE)

Pengaruh variabel *Service Quality* terhadap *Word Of Mouth* melalui *Customer Satisfaction* ( $X \rightarrow M \rightarrow Y$ )

3) Pengaruh Total (*Total Effect*)

Pengaruh variabel *Service Quality* terhadap *Word Of Mouth* melalui *Customer Satisfaction* ( $X \rightarrow M \rightarrow Y$ )