**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

**3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian yang akan digunakan adalah penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2013:53) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan variabel yang lain. Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga listrik prabayar
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *Word of Mouth* (WOM) listrik prabayar

Sedangkan penelitian varivikatif adalah suatu penilaian yang ditunjukan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakan suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2013:14). Metode verifikatif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh harga, dan *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

**3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel**

Bagian ini akan menjelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variabel yang digunakan baik variabel independen, intervening, dan dependen disertai dengan pengukuran dari variabel tersebut untuk kemudian dioperasionalisasikan.

**3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan, Sugiyono (2012:58). Berdasarkan judul penelitian, maka dalam penelitian ini terdapat lima variabel yang digunakan yaitu: harga, *word of mouth*, keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan.

1. Variabel Independen merupakan variabel yang sering disebut sebbagai variabel *stimulus, predictor, antecedent,* dalam bahsa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sugiyono (2012: 59). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah harga (X1), *word of mouth* (X2)
2. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:63), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan elemen lain menghasilkan biaya.
3. Menurut menurut Kotler dan Keller (2012) “*Word of mouth marketing is people oral, written or electronic communicaton that relate to the merits or expvaeriences of purchasing or using product service”.*
4. Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Sugiyono (2012:61). Adapun variabel intervening dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian adalah suatu keputusan dimana seseorang memilih satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Schiffman dan Kanuk dalam Ujang Sumarwan (2011:357)
5. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau terjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sugiyono (2012:59). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Z). Kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

**3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Suatu penelitian dengan menggunakan suatu variabel perlu diperhatikan indikator dan ukurannya agar memudahkan dalam melakukan penelitian itu sendiri. Agar lebih jelas, operasionalisasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Dimensi** | **Indikator** | **Ukuran** | **Skala** | **No kuesioner** |
| Harga, (X2)Suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga pasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran, ongkos angkut, dan berbagai variabel yang bersangkutan.Kotler dan Keller (2012) | Referensi Harga | Harga yang wajar | Tingkat keterjangkauan harga (tarif) listrik prabayar | Interval  | 1 |
| Harga pesaing | Tingkat perbandingan harga dengan produk pesaing | Interval | 2 |
| Harga promo | Tingkat daya tarik promo gratis biaya migrasi ke listrik prabayar | Interval | 3 |
| Asumsi Harga Kualitas Produk | Kesesuaian harga dengan kualitas produk | Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk listrik prabayar | Interval | 4 |
| *Word of Mouth,* (X2)Merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal(Kotler & Keller) | *Volume* | Intensitas WOM dalam percakapan sehari-hari | Tingkat penerimaan informasi tentang listrik prabayar dalam percakapan sehari-hari | Interval | 1 |
| Intensitas mendiskusikan listrik prabayar dengan orang lain | Tingkat diskusi mengenai listrik prabayar dengan orang lain | Interval | 2 |
| Intensitas rekomendasi dari orang lain | Tingakt rekomendasi dari orang lain | Interval | 3 |
| *dispersion* | Tingkat penyebaran informasi dari keluarga | Tingat pemberian informasi tentang listrik prabayar dari keluarga | Interval | 4 |
| Tingkat penyebaran informasi dari teman  | Tingat pemberian informasi tentang listrik prabayar dari teman | Interval | 5 |
| Tingkat penyebaran informasi dari tetangga | Tingat pemberian informasi tentang listrik prabayar dari tetangga | Interval | 6 |
| Tingkat penyebaran informasi positif dari pelanggan listrik prabayar | Tingat pemberian informasi tentang listrik prabayar dari pelanggan lain yang menggunakan listrik prabayar | Interval | 7 |
| Tingkat penyebaran informasi dari profesional (pegawai PLN, Pejabat, dll) | Tingat pemberian informasi tentang listrik prabayar dari profesional | Interval | 8 |
| Keputusan Pembelian (Y)Keputusan pembelian adalah suatu keputusan dimana seseorang memilih satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Schiffman dan Kanuk yang dikutip oleh Ujang Sumarwan (2011:357) | Pengenalan kebutuhan | Adanya kebutuhan | Tingkat kebutuhan dalam penggunaan listrik prabayar | Interval | 1 |
| Pencarian informasi | Mengetahui informasi tentang keunggulan listrik prabayar | Tingkat pencarian informasi mengenai listrik prabayar | Interval | 2 |
| Mengetahui informasi tentang cara migrasi ke listrik prabayar | Tingakt pengatahuan cara migrasi ke listrik prabayar | Interval | 3 |
| Evaluasi alternative | Pertimbangan evaluasi informasi | Tingkat pertimbangan dalam mengevaluasi informasi | Interval | 4 |
| Pertimbangan keunggulan listrik prabayar dan pascabayar | Tingkat perbandingan antara keunggulan listrik prabayar dan pascabayar | Interval | 5 |
| Keputusan pembelian | Ketepatan keputusan pembelian | Tingkat ketepatan keputusan pembelian listrik prabayar | Interval | 6 |
| Perilaku setelah pembelian | Puas  | Tingkat kepuasan dalam menggunakan listrik prabayar | Interval | 7 |
| Komplain  | Tingkat keinginan komplain setelan migrasi ke listrik prabayar | Interval | 8 |
| Kepuasan Pelanggan (Z)adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35) | Kinerja | Kepuasan pada harga listrik prabayar | Tingkat kepuasan pelanggan pada harga listrik prabayar | Interval | 1 |
| Kepuasan pada pelayanan | Tingkat kepuasan pada pelayanan migrasi ke listrik prabayar | Interval | 2 |
| Kepuasan pada ketepatan *WOM* | Tingkat kesesuaian antara informasi *WOM* dan kenyataan yang didapat pelanggan | Interval | 3 |
| Harapan | Harapan pada harga listrik prabayar | Tingkat kesesuaian harapan pada harga (tarif) per KWH listrik prabayar | Interval | 4 |
| Tingkat kesesuaian harapan pada harapan biaya migrasi ke listrik prabayar | Interval | 5 |
| Harapan pada pelayanan migrasi ke listrik prabayar | tingkat kesesuaian harapan pada pelayanan yang diberikan pada pelanggan migrasi ke listrik prabayar | Interval | 6 |

**3.3 Populasi dan Sampel**

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elaman-eleman atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

**3.3.1 Populasi**

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2013:80) yaitu: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dari pengertian di atas dikatakan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek tersebut sedangkan yang dimaksud dengan populasi sasaran adalah populasi yang digunakan untuk penelitian. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan listrik pascabayar yang melakukan migrasi dari listrik pascabayar ke listrik prabayar.

**Tabel 3.2**

**Jumlah Pelanggan PT. PLN Rayon Indramayu yang Melakukan Migrasi Periode 2011-2017**

|  |
| --- |
| JUMLAH PELANGGAN MIGRASI LISTRIK PASCABAYAR-PRABAYARPERIODE 2011-2017 |
| TAHUN MIGRASI | JUMLAH PELANGGAN |
| 2011 | 2511 |
| 2012 | 686 |
| 2013 | 697 |
| 2014 | 438 |
| 2015 | 419 |
| 2016 | 245 |
| 2017 | 221 |
| **JUMLAH** | **5217** |

sumber: PT. PLN Rayon Indramayu (data diolah)

**3.3.2 Sampel Penelitian**

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili polulasi pada penelitian.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2013:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Kesimpulan sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pelanggan listrik yang melakukan migrasi ke listrik prabayar.

Untuk menentukan jumlah sampel penelitian yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahan sebesar 10% yaitu dengan rumus:



dimana

*n*: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

maka:

|  |  |
| --- | --- |
| n =  | 5391 |
| 1 + 5391 x 0,12 |
| n = | 95 / 100 pelanggan |

Dengan demikian sampel penelitian adalah 100 pelanggan yang melakukan migrasi darilistrik pascabayar ke listrik prabayar.

**3.4 Teknik Sampling**

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiono (2013:116) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

 Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling.* Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi sampling sistematis, kuota aksidental, purposive, jenuh, snowball. Penulis menggunakan samplinh insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu denganpeneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang ang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

**3.5 Teknik Pengumpulan Data**

 Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan *(Field Research)*

Mengumpulkan data dengan melakukan survey lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari:

1. Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi PT. PLN yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.
2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung kepada narasumber. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:135). Skala diferensial semantik yaitu skala untuk mengukur sikap, tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban yang sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Skala diferensial semantik berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub) seperti: panas-dingin. Karakteristik bipolar tersebut mempunyai tiga dimensi sikap seseorang terhadap objek yaitu:

1. Potensi, yaitu kekuatan atau atraksi fisik suatu objek.
2. Evaluasi, yaitu hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan objek
3. Aktivitas, yaitu tingkatan gerakan suatu objek

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sangat Setuju | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | Sangat Tidak Setuju |

Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala semantik diferensial adalah data interval. Berikut merupakan contoh penggunaan skala semantik diferensial:

1. Studi Kepustakaan

Suatu penelitian yang bersifat teoritis yaitu penelitian yang sumber datanya diperoleh dari berbagai buku dan literatur yang berkaitan dengan objek penelitian.

**3.6 Uji Instrumen Penelitian**

 Pada sub uji instrumen penelitian ini menguraikan metode-metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat tergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian.

**3.6.1 Uji Validitas**

Validitas menurut Sugiono (2013:200) menunjukan derajat ketepatan antara data yang sesungghnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mencari nilai kofisien maka peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

r =               (Σx1.Xtot) – (ΣX1) (ΣXtot)
.         √{(nΣX1²) – (ΣX1)²} {(nΣXtot2 ) – (ΣXtot)2}

Keterangan:

r = korelasi product moment

∑Xi = jumlah skor suatu item

∑Xtot = jumlah total skor jawaban

∑xi2 = jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

∑xtot2 = jumlah kuadrat total skor jawaban

∑XiXtot = jumlah perkalian suatu item dengan total skor

**3.6.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiono (2013:110) “Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan metode cronbach’s alpha. Cronbach’s alpha adalah rumus matematis untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran.

Rumus chronbach’s alpha adalah sebagai berikut:



Keterangan:

 rii =Reliabilitas Instrumen

 k = Banyaknya butir pertanyaan

 ∑α2 = Jumlah butir petnayaan

 Α12 = Varians Total

 Menentukan reliabilitas dari alat ukur dapat dilihat dari nilai alfa jika nilai alfa lebih besar dari nilai rtabel maka dapat dikatakan reliabel. Jika nilai alfa lebih kecil dari nilai rtabel, maka dapat dikatakan tidak reliabel dan alat ukur tersebut tidak dapat digunakan atau alat ukur tersebut dapat dibuang. Skala dikelompok ke dalam lima kelas dengan *range* yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut

1. Nilai *alpha chornbach* 0,00 sampai dengan 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai *alpha chornbach* 0,21 sampai dengan 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai *alpha chornbach* 0,41 sampai dengan 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai *alpha chornbach* 0,61 sampai dengan 0,80, berarti reliabel
5. Nilai *alpha chornbach* 0,81 samapi dengan 1,00, berarti sangat reliabel

**3.6.3 Analisis Deskriptif**

 Menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner dengan metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana persepsi konsumen terhadap harga, dan *word of mouth*. Tahap analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indekx, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 7) frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode *mean*, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut yang menunjukan kesatuan tanggapan seluruh responden setiap variabel penelitian.

**Tabel 3.3**

**Kategori Skala**

|  |  |
| --- | --- |
| **Skala**  | **Kategori**  |
| 1,00 | 1,85 | Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah |
| 1,86 | 2,71 | Tidak Baik / Rendah |
| 2,72 | 3,57 | Kurang Baik / Kurang Tinggi |
| 3,58 | 4,43 | Cukup Baik / Cukup Tinggi |
| 4,44 | 5,29 | Baik / Tinggi |
| 5,30 | 6,15 | Sangat Baik / Sangat Tinggi |
| 6,16 | 7,00 | Sangat Baik Sekali / Sangat Tinggi Sekali |

Sumber: data diolah (2017)

Nilai tertinggi = 7

Nilai terendah = 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Range nilai = | 7 – 1 | = 0,85 |
| 7 |

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Sangat baik sekali** | **Sangat baik** | **Baik** | **Cukup baik** | **Kurang baik** | **Tidak baik** | **Sangat tidak baik** |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **7,00** | **6,15** | **5,29** | **4,43** | **3,57** | **2,71** | **1,85** | **1** |

**Gambar 3.2**

**Garis Kontinum**

**3.6.4 Analisis Verivikatif**

Metode kuantitatif (verivikatif) adalah metoode pengolahan data dalam bentuk angka untuk memudahkan dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2013:13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

**3.6.5 Analisis Jalur *(Path Analysis)***

 Analisis jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar antar dari satu variabel dengan variabel lainnya. Sistem hubungan sebab akibat tersebut menyangkut dua jenis variabel yang bisa disimbolkan dengan huruf X1, X2, X3...... Xn. Dan variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi yang dikenal dengan variabel dependen yang biasa disimbolkan dengan huruf Y, Z, Y3....... Yn (Juanim, 2004:17)

 Pengaruh independent variabel dan dependen variabel dalam analisis jalur dapat berupa pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung *(direct dan indirect efect)*, atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan nilai regresi biasa dimana pengaruh independent variabel terhadap dependen variabel hanya berbentuk pengaruh independent variabel terhadap dependen variabel hanya berbentuk pengaruh langsung. Pengaruh tidak langsung suatu independent variabel terhadap dependent variabel adalah melalui variabel lain yang disebut variabel antara *(intervening variable)*, (Juanim, 2004:18)

 Kausalitas variabel dalam analisis jalur dibedakan menjadi dua golongan yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabilitasnya diasumsikan terjadi oleh bukan karena penyebab-penyebab didalam model atau dengan kata lain variabel ini tidak ada yang mempengaruhi. Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang variasinya terjelaskan oleh variabel eksogen dan variabel endogen dalam sistem (Juanim, 2004:19). Variabel eksogen pada penelitian ini adalah harga , dan *word of mouth* dan variabel endogen adalah keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Model hubungan antara variabel yang telah dijelaskan tersebut dapat dilihat melalui jalur pada gambar 3.3

ε

ε

PYx1

**Y**

**X1**

PYZ

**Z**

rX1X2

PYx2

**X2**

Gambar 3.3

Model Hubungan Struktur Antar Variabel Penelitian

Keterangan:

X1 = Harga

X2 = *Word of Mouth*

Y = Keputusan Pembelian

Z = Kepuasan Pelanggan

 Besarnya pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen dapat dilihat melalui koefisien jalur. Koefisien jalur biasanya dicantumkan pada diagram jalur tepat pada setiap garis jalur yang dinyatakan dengan nilai merinci untuk mengistimasikan secara jalur, jika hanya satu variabel eksogen (X) mempengaruhi secara langsung terhadap variabel endogen (Y dan Z) maka Pyx di ekstimasi dengan korelasi sederhana *(simple correlation)* antara X dan Y jadi Pyx=rxy (Juanim, 2004:20)

 Disamping menggunakan diagram jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan strucctural. Persamaan structral menggambarkan hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis (Juanim, 2004:22). Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

 Y= PYx1 = PYx2X2 + ......... + PY xn Xn + ε1

 Z= PZx1X1 + PZx2X2 + ........ + PZxnXn + PZY Y + ε2

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa analisis jalur memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung. Berdasarkan diagram jalur kita dapat melihat bagaimana pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen tanpa melalui variabel depenen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independen mempengaruhi variabel depenen melalui variabel lain yang disebut intervening.

**Substruktur 1**

Y = Pyx1 X1 + Pyx2 X2 + ε1

rX1X2

PYx1

**X1**

ε

**Y**

PYx2

**X2**

Gambar 3.4

Substruktur I

**Substruktur 2 :**

Z = Pzy + ε2

ε

**Y**

**Z**

PZY

Gambar 3.5

Sub Struktur II

**3.6.6 Analisis Korelasi Berganda**

|  |  |
| --- | --- |
| R2 = | JK(reg) |
| ∑Y2 |

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan korelasi antara variabel penelitian yaitu harga (X1), *word of mouth* (X2), keputusan pembelian (Y), dan kepuasan pelanggan (Z). Korelasi yang digunakan adalah korelasi ganda dengan rumus:

Dimana :

 R2 = koefisien korelasi ganda

 JK(reg) = jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

 ∑Y= jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Mencari JK(reg) dihitung dengan menggunakan rumus:

 JK(reg) = b1 ∑X1 Y + b2∑X2Y

|  |  |
| --- | --- |
| ∑X1Y - | (∑X1)(∑Y) |
| N |

 Dimana:

∑X1Y =

|  |  |
| --- | --- |
| ∑X2Y - | (∑X2)(∑Y) |
| N |

∑X2Y =

Mencari ∑Y2 menggunakan rumus sebagai berikut:

|  |  |
| --- | --- |
| ∑X2 - | (∑Y2) |
| N |

∑Y2

 Berdasarkan nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh dapat dihubungkan -1<R<1, sedangkan untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut:

1. Apabila R = 1, maka terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan variabel Y semua positif sempurna.
2. Apabila R = -1, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan variabel Y semua negatif sempurna.
3. Apabila R = 0, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan variabel Y.
4. Apabila nilai R berada diantara -1 dan 1, maka tanda (-) menyatakan adanya korelasi tak langsung atau korelaso negatif dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

**Tabel 3.4**

**Interpretasi Koefisien Korelasi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Interval Koefisien** | **Tingkat Hubungan**  |
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

Tabel 3.5 menjelaskan mengenai pedoman untuk memberikan Interpretasi terhadap kuat atau rendahnya hubungan korelasi berpedoman pada pendapat dari Sugiyono (2013)

**3.6.7 Uji Hipotesis**

 Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh Harga, dan *word of mouth*, terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (Ho) dan hipotesis alternatif (Ha), rumus hipotesisnya sebagai berikut:

1. **Uji Hipotesis Parsial (Uji t)**

 Uji t digunakan untuk mengetahui koefisien regresi secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah penentuannya sebagai berikut :

1. Membuat formula uji hipotesis
2. H0 : β1 = 0 tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian

Ha : β1 ≠ 0 terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian

1. H0 : β2 = 0 tidak terdapat pengaruh *Word of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan pembelian

Ha: β2 ≠ 0 terdapat pengaruh *Word of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan pembelian

1. H0 : β3 = 0 tidak terdapat pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen

Ha: β3 ≠ 0 terdapat pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen

1. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan α = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kemelesetan 10%.

1. Menghitung nilai t-hitung

Nilai ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak, digunakan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2008:250) :

t = $\frac{r \sqrt{n-2}}{1-r2}$

Keterangan :

t = Nilai uji t

r = Koefisien Korelasi

r2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Sampel

1. Hasil t-hitung dibandingkan dengan t-tabel, dengan kriteria :

H0 diterima Ha ditolak, jika t-hitung < t-tabel

H0 ditolak dan Ha diterima, jika t-hitung > t-tabel

1. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan didukung oleh teori yang sesuai dengan objek dan masalah penelitian.

**2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

 Digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh seluruh variabel bebas X1, X2, secara bersama-sama terhadap variabel tak bebas Y.

Langkah-langkah :

1. Perumusan Hipotesis Ho dan Ha

H0 : β1, β2, β3, β4 = 0 : Tidak terdapat pengaruh Harga (X1), *Word of Mouth* (X2), terhadap Keputusan Pembelian (Y). dan dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).

Ha : β1, β2, β3, β4 ≠ 0 : terdapat pengaruh Harga (X1), *Word of Mouth* (X2), terhadap Keputusan Pembelian (Y). dan dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).

Menentukan daerah penerimaan H0 dan Ha dengan menggunakan distribusi F dengan Anova, titik kritis dicari pada table distribusi F dengan tingkat kepercayaan (α) = 10% dan derajat bebas (df) n-1-k

1. Uji Statistik F (mencari F hitung), F hitung dengan rumus :

 R2 / k

F =

(1 – R2) – (n – k – 1)

Dimana :

F = F hitung

R2 = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Anggota Sampel

1. Buat kesimpulan tolak H0 atau terima Ha

Jika F hitung > F table berarti H0 ditolak

Jika F hitung < F table berarti H0 diterima

**3.6.8 Analisis Koefisien Determinasi**

 Koefisien determinasi serng diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Secara sederhana soefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R), hal ini menjelaskan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya, (Juliansyah Noor, 2012) Koefisien determinasi yaitu analisa yang sering digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap dependen ang dinyatakan dalam presentasi, dengan rumus:

 **Kd = r2 *xy* X 100%**

Dimana:

Kd = seberapa besar perubahan variabel terikat

r2 xy = kuadrat koefisien korelasi ganda

kriteria untuk analisa koefisien determinasi adalah:

1. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* lemah.
2. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *independent* terhadap  *dependent* kuat.

**3.7 Rancangan Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berupa garis kontinum dimana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis atau sebaliknya, dengan berpedoman pada skala smantik diferensial di mana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sangat Setuju | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | Sangat Tidak Setuju |