

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Dan Model Penelitian

Metode penelitian adalah langkah-langkah atau prosedur yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Adapun pada penelitian kali ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

2. Objek Dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi titik perhatian. Penelitian ini mengambil objek kepada pelanggan Florist Mokka.Id yang berlokasi di Jalan Tanggul Dusun III. RT.8/RW.3 Purworejo Kec. Kota Gajah, Kab. Lampung Tengah, Lampung.

B. Tahapan Penelitian

1. Tahapan Sampling

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Berdasarkan pengertian populasi diatas maka populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pelanggan Florist Mokka.Id Di Kota Gajah.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan sampel insidental, sampling incidental menurut Sugiyono (2019) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data atau pelanggan yang telah membeli produk Florist Mokka.Id sebanyak 2 kali. Perhitungan sampel untuk peneliti ini yaitu dengan menggunakan Lemeshow.

Lemeshow adalah rumus uji statistik yang digunakan untuk dapat mengetahui jumlah sampel, di mana sampel tersebut akan berpengaruh pada representasi dari populasi di sebuah penelitian. Tes yang dilakukan menggunakan rumus ini untuk menilai apakah tingkat kejadian yang diteliti sesuai atau tidak dengan tingkat kejadian yang di harapkan dalam sub kelompok populasi model. Secara spesifik, uji lemeshow mengidentifikasi sub kelompok sebagai desil dengan nilai resiko yang sesuai. Dalam suatu penelitian, sampel mempunyai peran penting sebagai penggambaran dari populasi yang sedang diteliti. Jika sudah ditentukan metode pengambilan datanya, lalu sampel dihitung supaya data penelitian menjadi lebih valid. Hal ini karena sampel akan mewakili populasi dengan lebih akurat. Rumus atau formula lemeshow ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel pada populasi yang tidak diketahui. Dengan cara sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = nilai kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error 10% / alpha (0,10)

Berdasarkan rumusan diatas, maka:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5(0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1}$$

$$n = 96,4$$

Dari hasil perhitungan diatas, jumlah sampel sebagai syarat penelitian adalah 96,4. Seperti keterangan diatas, maka penulis mengambil sampel sebanyak 96 responden.

2. Tahapan

a. Tahapan awal

Pada tahap awal ini peneliti melakukan survei tempat yang akan dijadikan tempat untuk penelitian. Survey lapangan dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuisioner pada konsumen Florist Mokka.Id Di Kota Gajah, setelah data tersebut diperoleh maka data tersebut direkapitulasi dan dianalisis. Selanjutnya penulis melakukan studi pustaka mengenai variabel-variabel yang digunakan oleh peneliti yakni mengenai reward, punishment, disiplin kerja dan kinerja karyawan. Sumber-sumber ini peneliti peroleh melalui buku-buku, artikel, dokumen, dan lain-lain yang berkaitan dengan permasalahan yang ada. Setelah itu peneliti melakukan perizinan penelitian secara resmi dengan surat yang diberikan oleh pihak kampus.

b. Tahap akhir

Pada tahapan akhir ini peneliti melakukan proses penyusunan pengelolaan data, hasil pengelolaan data selanjutnya dianalisis dan disusun hingga sampai dengan kesimpulan dan saran.

C. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

1. Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2017) 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 kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variable eksogen, variable endogen dan variable intervening. Variabel eksogen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (ξ_1) dan harga (η_2). Variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel eksogen. Variabel endogen yang digunakan pada penelitian ini yaitu loyalitas pelanggan (η_2). Variabel intervening adalah variabel yang menjadi antara (penghubung) atau penyelang di antara variabel eksogen dan variabel endogen, sehingga variabel eksogen tidak secara langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen. Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (ξ_2).

2. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Definisi konseptual dan operasional variable pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (ξ_1)

- a. Definisi Konseptual: Kualitas Produk (ξ_1) adalah kemampuan atau mutu sebuah produk atau jasa dalam memperagakan fungsinya yang dapat diukur melalui kinerja, daya tahan, daya tarik kesesuaian dengan spesifik, estetika, penampilan dan kehandalan produk.
- b. Definisi Operasional: Kualitas Produk (ξ_1) adalah kemampuan atau mutu sebuah produk atau jasa dalam memperagakan fungsinya. yang dapat diukur melalui kinerja, daya tahan, daya tarik kesesuaian dengan spesifik, estetika, penampilan dan kehandalan produk. Yang diukur menggunakan instrumen pada skala likert yang diberikan kepada konsumen Florist Mokka.Id Di Kota Gajah.

2. Harga (ξ_2)

- a. Definisi Konseptual: Harga (ξ_2) adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang dapat diukur melalui keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga sesuai dengan manfaat dan harga sesuai dengan harapan konsumen, dengan perbandingan harga.
- b. Definisi Operasional: Harga (ξ_2) adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang dapat diukur melalui keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga sesuai dengan manfaat dan harga sesuai dengan harapan konsumen, dengan perbandingan harga. Yang diukur menggunakan instrumen pada skala likert yang diberikan kepada kepada konsumen Florist Mokka.Id Di Kota Gajah.

3. Loyalitas Pelanggan (η_2)

- a. Definisi Konseptual: Loyalitas Pelanggan (η_2) adalah kesetiaan pelanggan yang dipresentasikan dalam pembelian yang berkesisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan sikap yang baik untuk merekomendasikan kepada orang lain yang dapat diukur melalui pembelian secara berulang, kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut, selalu menyukai merek tersebut,

tetap memilih merek tersebut, yakin bahwa merek tersebut yang terbaik, dan merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.

- b. Definisi Operasional: Loyalitas Pelanggan (η_2) adalah kesetiaan pelanggan yang dipresentasikan dalam pembelian yang berkesisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan sikap yang baik untuk merekomendasikan kepada orang lain yang dapat diukur melalui pembelian secara berulang, kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut, selalu menyukai merek tersebut, tetap memilih merek tersebut, yakin bahwa merek tersebut yang terbaik, dan merekomendasikan merek tersebut pada orang lain. Yang diukur menggunakan instrumen pada skala likert yang diberikan kepada konsumen Florist Mokka.Id Di Kota Gajah.

4. Kepuasan Pelanggan (η_1)

- a. Definisi Konseptual: kepuasan pelanggan (η_1) adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan yang dapat diukur melalui pembelian ulang, menciptakan word-of-mouth (mengatakan hal-hal baik tentang perusahaan pada oranglain), menciptakan citra merek, perilaku complain dan menciptakan keputusan pembelian.
- b. Definisi Operasional: kepuasan pelanggan (η_1) adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan yang dapat diukur melalui pembelian ulang, menciptakan word-of-mouth (mengatakan hal-hal baik tentang perusahaan pada oranglain), menciptakan citra merek, perilaku complain dan menciptakan keputusan pembelian. Yang diukur menggunakan instrumen pada skala likert yang diberikan kepada konsumen Florist Mokka.Id di Kotagajah.

Tabel 3. Kisi-Kisi Kuesioner

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1.	Kualitas Produk (ξ_1)	Kinerja produk	1,2,3,4
		Daya tahan dan daya Tarik	5,6,7,8
		Kesesuaian dengan spesifik	9,10,11,12
		Estetika dan penampilan	13,14,15,16
		Kehandalan Produk	17,18,19,20
2.	Harga (ξ_2)	Keterjangkauan harga	1,2,3,4
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	5,6,7, 8
		Harga sesuai dengan manfaat	9,10,11,12

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
		Harga sesuai dengan harapan konsumen.	13,14,15,16
		Perbandingan harga	17,18,19,20
3.	Loyalitas Pelanggan(η_2)	Pembelian secara berulang.	1,2,3,4,5
		Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut	6,7,8
		Selalu menyukai merek tersebut	9,10,11,12,13
		Tetap memilih merek tersebut	14,15,16
		Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik	17,18
		Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain	19,20
4.	Kepuasan Pelanggan(η_1)	Pembelian ulang	1,2,3,4
		Menciptakan word-of-mouth (berkata hal baik tentang produk ke oranglain)	5,6,7,8,9
		Menciptakan citra merek	10,11,12
		Perilaku complain	13,14,15
		Menciptakan keputusan pembelian	16,17,18,19,20

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang relevan dalam penelitian ini maka peneliti membutuhkan suatu teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan cara tanya jawab baik lisan maupun tulisan dari narasumber yang dapat dipercaya untuk dimintai suatu informasi. Menurut Sugiyono (2016) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada untuk dijawab (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini daftar pernyataan dalam kuesioner berkaitan dengan variabel kualitas produk, harga, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

3. Kepustakaan

Menurut Nazir (2018) studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang akan diselesaikan. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pada penelitian ini, variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala likert, skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Dengan skala likert, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan instrumen pernyataan. Jawaban yang diperoleh dari instrumen akan diberikan point mulai dari yang terendah sampai yang tertinggi dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 4. Skala Likert

No	Keterangan	Skor
A	Sangat Setuju (SS)	5
B	Setuju (S)	4
C	Cukup Setuju (CS)	3
D	Tidak Setuju (TS)	2
E	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Pengujian Persyaratan Instrumen

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mencari pengaruh secara parsial antara kualitas produk (ξ_1) dan harga (ξ_2) sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan (η_2) sebagai variabel dependen melalui kepuasan pelanggan (η_1) sebagai variabel mediasi.

1. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Kriteria yang digunakan dalam uji validitas adalah r hitung $>$ r tabel. Jika memenuhi kriteria tersebut maka suatu data dinyatakan valid. Untuk melakukan uji validitas dapat menggunakan teknik pearson product moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xi yi - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum xi)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Yi)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara x dengan Y

X_i = nilai x ke- i

Y_i = nilai y ke- i

n = banyaknya nilai

(Oktavia, 2020).

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016). Uji reliabilitas sendiri bertujuan untuk mengukur kuesioner (angket) yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Untuk menganalisis reliabilitas, pengukuran dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan SPSS yaitu uji Cronbach Alpha.

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left[\frac{\sum ab^2}{abt^2}\right]$$

Keterangan :

R_{11} = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir instrumen

$\sum ab^2$ = Jumlah varian butir atau soal

abt^2 = Varians total

Jika nilai alpha $>$ 0.7 artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha $>$ 0.80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakannya sebagai berikut:

Jika $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi. Jika α $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat. Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

G. Pengujian Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat distribusi normal antara variabel terikat dan variabel bebas (Ghazali, 2018). Apabila distribusi data normal atau mendekati normal, berarti model regresi adalah baik. Pengujian untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan uji statistik non-parametrik. Uji statistik non parametrik yang digunakan adalah uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov (1- Sample K-S). Jika hasil dari signifikan lebih kecil dari $0,05$ maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan hasil angka signifikan lebih besar dari $0,05$ maka data berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Menurut Suwanto (2020:59), Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan $0,05$. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan lebih dari $0,05$. Maka pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah sebagaiberikut :

- 1) Jika nilai sig $> 0,05$ maka hubungan antara variable ξ dengan Y terdapat hubungan yang linear
- 2) Jika nilai sig $< 0,05$ maka hubungan antara variable ξ dengan Y tidak terdapat hubungan yang linear

Selain menggunakan SPSS, uji linieritas dapat diketahui dengan menggunakan rumus dibawah ini :

$$1) F_{hitung} = R_{Kreg}R_{Kres}$$

Keterangan :

F_{hitung} = koefisien regresi

R_{Kreg} = rerata kuadrat garis regresi

R_{Kres} = rerata kuadrat residu

2) $F_{tabel} = (1-\alpha) (k-2;n;k)$

3) Kesimpulan

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak berarti persamaannya tidak linier

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima berarti persamaannya linier

3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas yakni seragam tidaknya variansi sampel-sampel yang diambil dari populasi yang sama. Keseragaman sampel-sampel ini antara lain dibuktikan dengan adanya keseragaman variansi kelompok-kelompok yang membentuk sampel tersebut. Jika ternyata tidak terdapat perbedaan variansi diantara kelompok sampel, dan ini mengandung arti bahwa kelompok-kelompok sampel tersebut berasal dari populasi yang sama.

Uji homogenitas data pada prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup (data kategori) mempunyai variansi yang sama maka dikatakan homogenitas sebaliknya jika variansi tidak sama berarti heteroskedastisitas. Dapat dikatakan homogenitas jika probabilitas $> 0,05$ tetapi jika probabilitas $< 0,05$ maka heteroskedastisitas. Rumus yang dipakai untuk pengujian homogenitas dalam penelitian ini menggunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Varian terbesar}}{\text{Varian terkecil}}$$

Sumber : Sugiyono (2017: 276)

H. Pengujian Model Analisis

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan untuk menguji pengaruh variabel mediasi (variabel intervening) dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen. Peneliti menggunakan beberapa analisis, analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Jalur Atau Path Analysis

Analisis jalur atau path analysis merupakan suatu metode yang digunakan pada model kausal yang telah dirumuskan peneliti berdasarkan substansi keilmuan, yaitu landasan teoritis dan pengalaman peneliti. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara harga, kualitas produk, kepuasan dan loyalitas pelanggan (Azizah 2019).

Model analisis jalur merupakan model analisis yang menghubungkan antara variabel eksogen, perantara dan endogen. Hubungan ini ditunjukkan menggunakan anak panah. Apabila satu variabel mempengaruhi variabel lain tanpa ada variabel perantara maka hubungan tersebut adalah hubungan langsung. Apabila variabel independen mempengaruhi variabel lain dengan adanya variabel yang memediasi untuk menuju ke variabel dependen maka hubungan tersebut dikatakan hubungan yang tidak langsung. Adapun persamaan struktural dari analisis jalur sebagai berikut:

a. Sub Struktural 1

$$\eta_1 = \gamma_{11}\xi_1 + \gamma_{21}\xi_2 + \epsilon$$

b. Sub Struktural 2

$$\eta_2 = \gamma_{21}\xi_1 + \beta_{21}\eta_1 + \gamma_{22}\xi_2 + \epsilon$$

Dimana:

- γ (gama) = Hubungan antara eksogen – endogen
- ξ (Kshi) = Variabel eksogen (Bebas)
- ξ_1 = Kualitas produk
- ξ_2 = Harga
- η (Eta) = Variabel endogen (Terikat)
- η_1 = Kepuasan pelanggan
- η_2 = Loyalitas pelanggan
- β (Betha) = Hubungan antara endogen – endogen
- ϵ (Epsilon) = error.

Setelah menentukan struktur tersebut maka analisis dilakukan pada masing – masing substruktur dibawah ini, yaitu:

1) Analisis substruktur 1

Pada bagian ini dilakukan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan. Hipotesis dalam analisis ini adalah ada pengaruh secara langsung kompensasi dan lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: Jika

signifikansi penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak (Pardede dan Manurung, 2014: 58-79).

2) Analisis substruktur 2

Pada bagian ini dilakukan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan. Hipotesis dalam analisis ini adalah ada pengaruh secara langsung kompensasi dan lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: Jika signifikansi penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak (Pardede dan Manurung, 2014: 58 – 79).

I. Hipotesis Statistik

Keputusan dari uji hipotesis ini dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol, dengan berarti tidak berharap adanya perbedaan antara sampel dan populasi atau statistik dan parameter. Ini adalah pengujian untuk menjawab pertanyaan yang mengasumsikan hipotesis nol yang benar adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Pengaruh ξ_1 dan η_2

$H_0: \gamma \eta_2 \xi_1 \leq 0$ = tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas produk (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2).

$H_a: \gamma \eta_2 \xi_1 > 0$ = terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas produk (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2).

b. Pengujian Pengaruh ξ_2 dan η_2

$H_0: \gamma \eta_2 \xi_2 \leq 0$ = tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga (ξ_2) terhadap loyalitas pelanggan (η_2).

$H_a: \gamma \eta_2 \xi_2 > 0$ = terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga (ξ_2) terhadap loyalitas pelanggan (η_2).

c. Pengujian Pengaruh ξ_1 dan η_1

$H_0: \gamma \eta_1 \xi_1 \leq 0$ = tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas produk (ξ_1) terhadap kepuasan pelanggan (η_1).

$H_a: \gamma \eta_1 \xi_1 > 0$ = terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas produk (ξ_1) terhadap kepuasan pelanggan (η_1).

d. Pengujian Pengaruh ξ_2 dan η_1

$H_0: \gamma \eta_1 \xi_2 \leq 0$ = tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga (ξ_2) terhadap kepuasan pelanggan (η_1).

$H_a: \gamma \eta_1 \xi_2 > 0$ = terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga (ξ_2) terhadap kepuasan pelanggan (η_1).

e. Pengujian Pengaruh η_2 dan η_1

$H_0: \beta_1 \eta_2 \eta_1 \leq 0$ = tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan loyalitas pelanggan (η_2) terhadap kepuasan pelanggan (η_1).

$H_a: \beta_1 \eta_2 \eta_1 > 0$ = terdapat pengaruh langsung yang signifikan loyalitas pelanggan (η_2) terhadap kepuasan pelanggan (η_1).

f. Pengujian Pengaruh ξ_1 dan η_2 melalui η_1

$H_0: \gamma \eta_2 \xi_1 \leq 0$ = tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas produk (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) melalui kepuasan pelanggan (η_1).

$H_a: \gamma \eta_2 \xi_1 > 0$ = terdapat pengaruh langsung yang signifikan kualitas produk (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) melalui kepuasan pelanggan (η_1).

g. Pengujian Pengaruh ξ_2 dan η_2 melalui η_1

$H_0: \gamma \eta_2 \xi_1 \leq 0$ = tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) melalui kepuasan pelanggan (η_1).

$H_a: \gamma \eta_2 \xi_1 > 0$ = terdapat pengaruh langsung yang signifikan harga (ξ_1) terhadap loyalitas pelanggan (η_2) melalui kepuasan pelanggan (η_1).