

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Lokasi Penelitian

Obyek penelitian yang dipilih dalam penyusunan proposal penelitian ini adalah PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor) yakni sebuah perusahaan yang bergerak di bidang dealer mobil Toyota. Sedangkan lokasi perusahaan terletak di Jalan Raya Veteran Km. 1 Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2010:115). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang

membeli di PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor) dan menggunakan mobil Toyota Agya selama minimal satu bulan.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2010:116). Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh dan snowball*.

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan dua tahap :

1. Tahap Penentuan Pelanggan Toyota Agya

Menggunakan teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2010;122) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik.

Dalam penelitian ini, untuk menentukan pelanggan Toyota Agya adalah orang yang sudah menjadi pelanggan di PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor) yang membeli Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya dan telah menggunakan mobil Toyota Agya selama minimal satu bulan.

2. Tahap Penyebaran Kuesioner

Menggunakan teknik *sampling incidental*. Menurut Sugiyono (2010;122) *Sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik ini biasanya dilakukan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh.

Roscoe dalam Sugiyono (2010;129) memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 50 responden dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor), dengan memenuhi kriteria yang telah ditentukan, adapun kriteria tersebut sebagai berikut :

1. Merupakan pelanggan yang membeli Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya.
2. Telah menggunakan mobil Toyota Agya selama minimal satu bulan.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel yaitu variabel eksogen, variabel intervening dan variabel endogen. Penelitian ini memiliki empat variabel eksogen yaitu kinerja (X1), fitur (X2), kehandalan (X3), dan daya tahan (X4), variabel intervening yaitu kepuasan (Y) dan variabel endogen yaitu loyalitas pelanggan (Z).

1. Variabel Eksogen (Variabel X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas/terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2010:59). Sedangkan dalam *path analysis*, variabel bebas disebut sebagai variabel eksogen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel eksogen adalah sebagai berikut:

a. Kinerja (X1)

Kinerja produk adalah karakteristik operasi dasar dari suatu produk (Tjiptono, 2008:68). Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum (universal). Indikator kinerja (X1), diukur melalui :

- 1) Kemampuan mesin.
- 2) Kenyamanan.

b. Fitur (X2)

Fitur merupakan karakteristik pelengkap khusus yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk (Tjiptono, 2008:68). Indikator fitur (X2), diukur melalui :

- 1) Kelengkapan standar keselamatan.
- 2) Fitur hiburan.
- 3) Kapasitas bagasi.

c. Keandalan (X3)

Keandalan menunjukkan probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu (Tjiptono, 2008:68).

Indikator keandalan (X3), diukur melalui :

- 1) Keandalan mesin mobil.
- 2) Kestabilan.

d. Daya tahan (X4)

Daya tahan produk adalah jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk (Tjiptono, 2008:68). Indikator daya tahan (X4), diukur melalui :

- 1) Daya tahan mesin.
- 2) Umur ekonomis produk.

2. Variabel Intervening (Variabel Y)

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen (bebas) dengan dependen (terikat), tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela (antara) yang terletak di antara variabel eksogen dan endogen, sehingga variabel eksogen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen (Sugiyono, 2010).

Variabel intervening (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan. Menurut Richard Oliver (dalam Irawan, 2002:3) kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari

konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Fitur sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Merasa puas dengan kinerja produk.
- 3) Memiliki kualitas yang baik secara menyeluruh.

3. Variabel Endogen (Variabel Z)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen, dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat/tergantung. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010;59). Sedangkan dalam *path analysis* variabel terikat disebut sebagai variabel endogen.

Variabel endogen (Z) dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen untuk membeli kembali suatu produk secara konsisten dimasa yang akan datang. Dalam penelitian Suwarni (2009), indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut :

- 1) Membicarakan hal-hal positif tentang produk.
- 2) Merekomendasikan kepada pihak lain.
- 3) Kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

3.5 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010:132).

Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

Sangat setuju	: di beri skor 5
Setuju	: di beri skor 4
Netral	: di beri skor 3
tidak setuju	: di beri skor 2
Sangat tidak setuju	: di beri skor 1

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari katagori jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu dan dijumlahkan. Maka akan diperoleh total skor yang di tafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek. Data subyek merupakan data penelitian yang berupa opini, sikap pengalaman atau karakteristik

dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian atau responden. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2010:193) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data di dapat dari hasil penyebaran kuesioner yang berisi mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3.7 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2010: 401). Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran data pertanyaan (kuesioner) pada obyek penelitian. Data kuisioner penelitian ini akan disebarakan pada pembeli dan pelanggan mobil Toyota Agya yang membeli di PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor).

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah dan memprediksi hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu pengolahan data dalam bentuk angka dengan menggunakan metode statistik.

3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2005:45) uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner

dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item-total correlation) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan jawaban suatu pertanyaan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Ghozali, 2005; 41). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0.60 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali 2005).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2005;95).

Autokorelasi dapat dideteksi dengan melihat nilai koefisien Durbin-Watson Test (DW Test), dengan pengambilan keputusan terdapat atau tidaknya autokorelasi sebagai berikut:

1. Jika nilai DW terletak di antara batas atas (d_u) dan $(4-d_u)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, ini berarti tidak terdapat autokorelasi.
2. Jika nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (d_l), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi positif.
3. Jika nilai DW lebih besar daripada $(4-d_l)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi negatif.
4. Jika nilai DW terletak di antara batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) atau DW terletak antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas*. Jika *variance* tersebut berbeda, maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005;105).

Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasi data yang diteliti. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas (Ghozali, 2005;105) salah satunya yaitu dengan

melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya.

Dasar analisisnya adalah:

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2005; 91). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *value inflation* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.8.2.4 Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kita dapat melihatnya dari normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi

normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Distribusi normal membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis normalnya (Ghozali, 2005:110).

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah :

1. Jika data menyebar disekitar garis-garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur dengan model antara regresi linier berganda dengan model mediasi (variable perantara) dimana variabel X berpengaruh terhadap Z secara langsung dan secara tidak langsung mempengaruhi juga terhadap variabel Z melalui perantara variabel Y. Analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linier berganda dan yang memungkinkan analisis model-model yang lebih kompleks (Streiner dalam Sarwono, 2012:17). Analisis jalur merupakan keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen melalui variabel intermediasi.

Sedangkan tujuan utama dari analisis jalur adalah *a method of measuring the direct influence along each separate path in such a system and thus of finding the degree to which variation of a given effect is determined by each particular cause. The method depend on the combination of knowledge of the degree of correlation among the variables in a system with such knowledge as may possessed of the causal relations* (Maruyama, Riduwan & Engkos, 2012:1, dalam Sri Rahayu 2013).

Dalam analisis jalur pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct & indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan model regresi biasa dimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hanya berbentuk pengaruh langsung. Pengaruh tidak langsung suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah melalui variabel lain yang disebut variabel antara (*intervening variable*).

Metode analisis jalur dalam penelitian ini menggunakan persamaan :

$$Y = \rho_{yx} X1 + \rho_{yx} X2 + \rho_{yx} X3 + \rho_{yx} X4 + e1 \text{ (sebagai persamaan struktural 1)}$$

$$Z = \rho_{zy} Y + e2 \text{ (sebagai persamaan struktural 2)}$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

Z : Loyalitas Pelanggan

X1 : Kinerja

X2 : Fitur

X3 : Keandalan

X4 : Daya tahan

ρ : Koefisien Regresi

e : *error*

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa analisis jalur memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung. Berdasarkan diagram jalur kita dapat melihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen yang terjadi tanpa melalui variabel endogen yang lain. Besarnya pengaruh langsung suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah perkalian nilai koefisien jalur variabel eksogen terhadap variabel endogen dengan nilai koefisien jalur variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Pengaruh tidak langsung adalah pengaruh suatu variabel eksogen dengan variabel endogen yang terjadi melalui variabel endogen lain yang terdapat dalam satu model kausal yang sedang dianalisis. Besarnya pengaruh tidak langsung suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen yaitu perkalian nilai koefisien jalur variabel eksogen terhadap variabel endogen dengan nilai koefisien jalur variabel endogen terhadap variabel endogen yang lainnya.

1. Pengaruh langsung (*direct effect (DI)*)

Pengaruh dari X₁, X₂, X₃, X₄ terhadap Y dan dari Y terhadap Z.

2. Pengaruh tidak langsung (*indirec teffect (IE)*)

Sedangkan pengaruh tidak langsung (*indirec teffect*) adalah dari X₁ terhadap Z melalui Y, dari X₂ terhadap Z melalui Y, dari X₃ terhadap Z melalui Y, dan dari X₄ terhadap Z melalui Y.

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005; 84). Kriteria pengujian Uji Statistik t yaitu, H_0 ditolak apabila $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi $\alpha / 2 = 0,05 / 2 = 0.025$. Untuk menguji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. H_a = Kinerja berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Toyota Agya.
 H_0 = Kinerja tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Toyota Agya.
2. H_a = Fitur berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Toyota Agya.
 H_0 = Fitur tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Toyota Agya.
3. H_a = Keandalan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Toyota Agya.
 H_0 = Keandalan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Toyota Agya.
4. H_a = Daya tahan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Toyota Agya.

H_0 = Daya Tahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Toyota Agya.

5. H_a = Kepuasan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan Toyota Agya.

H_0 = Kepuasan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan Toyota Agya.

6. H_a = Kinerja memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

H_0 = Kinerja tidak memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

7. H_a = Fitur memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

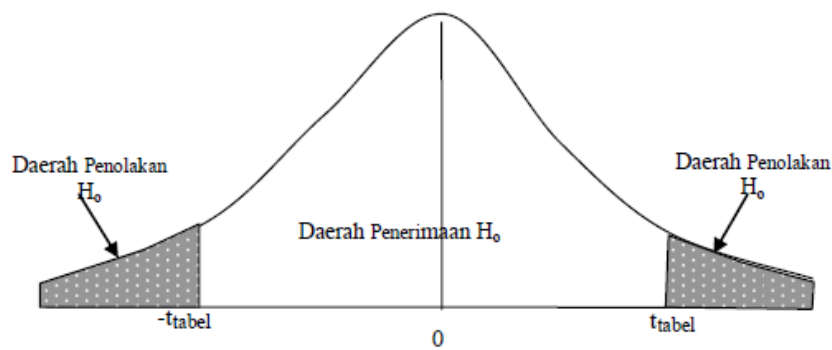
H_0 = Fitur tidak memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

8. H_a = Keandalan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

H_0 = Keandalan tidak memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

9. H_a = Daya Tahan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

H_0 = Daya Tahan tidak memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.



Gambar 3.1
Kurva Distribusi Penolakan atau Penerimaan Hipotesis secara Parsial

Kaidah Pengujian:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel kinerja berpengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan, variabel fitur berpengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan, variabel kehandalan berpengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan, variabel daya tahan berpengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan, dan variabel kepuasan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel kinerja tidak berpengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan, variabel fitur tidak berpengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan, variabel kehandalan tidak berpengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan, variabel daya tahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap variabel kepuasan, dan variabel kepuasan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.