

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian (Sugiyono, 2008:12).

3.2 Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini di Kecamatan Manyar.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Ferdinand (2011:215), populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah mengonsumsi produk Nutri Sari di Kecamatan Manyar, Gresik. Karena populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh orang yang pernah mengonsumsi produk Nutri Sari di Kecamatan Manyar, Gresik dengan jumlah yang sangat banyak maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

3.3.2 Sampel

Menurut Ferdinad (2011:215) sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Sedangkan jumlah sampel adalah jumlah elemen yang dimasukkan dalam sampel. Besarnya sampel sangat dipengaruhi banyak faktor antara lain tujuan penelitian, bila penelitian bersifat deskriptif maka umumnya membutuhkan sampel yang besar tetapi bila penelitiannya hanya untuk menguji hipotesis, dibutuhkan sampel dalam jumlah yang lebih sedikit.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *Insidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2010:124), *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, kalau akan diperiksa cukup diambil sebagian daerah yang berupa sampel (Sugiyono, 2008;116). Sampling (pengambilan sampel) dilakukan karena peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi yang relatif besar. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden (Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2008;129). Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden karena sudah dianggap bisa mewakili dari pelanggan Nutri Sari di Kecamatan Manyar Gresik.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. (Sugiyono, 2012;193).

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, menurut Sugiyono (2008;193), “data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer dapat di peroleh langsung dengan menyebarkan daftar pernyataan dan pengisian kuisisioner kepada masyarakat yang membeli dan mengomsumsi produk NutriSari di Kecamatan Gresik.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya(Sugiyono, 2008:199). Data penelitian kuisisioner penelitian ini akan disebarkan pada para konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk NutriSari. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari responden.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional diperlukan untuk menyamakan asumsi-asumsi terhadap permasalahan yang akan dibahas. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008;58). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen, independen dan intervening.

3.6.1 Variabel Dependen

Menurut Ferdinand (2011:28) variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Hakikat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

3.6.1.1 Indikator Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk dari Nutri Sari yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap produk Nutri Sari yang menawarkan produk tersebut kepada orang yang dikenal. Untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan menggunakan teori yang menurut Jill

Griffin (Dalam Hurriyati, 2010, hal. 130). Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan adalah:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes regular repeat purchases*).
2. Merekomendasikan produk (*Refers other*).
3. Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).

3.6.2 Variabel Bebas/Independent Variabel (X)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah merk, kemasakan, dan kualitas.

1. Merk

Merek adalah suatu tanda untuk membedakan produk Nutri Sari yang dihasilkan atau diperdagangkan dengan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Untuk mengetahui indikator penilaian merek produk Nutri Sari menggunakan teori Philip Kotler dan Kevin Lane alih bahasa oleh benyamin molan (2007 : 342), adalah sebagai berikut:

1. Dapat diingat

Merek sebaiknya dibuat dengan nama, istilah, lambang, atau desain yang mudah diingat, agar konsumen bisa mengingat barang atau jasa yang diinginkannya.

2. Bermakna

Dalam membangun merek diharapkan dapat memberikan kesan positif kepada konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.

3. Disukai

Merek yang disukai adalah merek yang dapat memberikan kesan positif kepada konsumennya, sehingga konsumen akan tetap dan terus menggunakan barang atau jasa tersebut.

2. Kemasaan

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk Nutri Sari agar produk dapat dipasarkan dikenali oleh pelanggan. Untuk penilaian kemasaan Nutri Sari menggunakan teori (Kotler 2000) indikator kemasan adalah sebagai berikut:

1. Sebagai tempat
2. Pembungkus yang menarik
3. Dapat melindungi
4. Praktis

3. Kualitas produk

Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat – sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan – harapan pelanggan Nutri Sari. Untuk mengetahui indikator penilaian kualitas produk Nutri Sari yaitu menggunakan teori (Kotler, 2007) adalah sebagai berikut:

1. Rasa

Rasa yang enak yaitu memiliki rasa yang gurih atau lezat, merupakan salah satu bagian dari lima rasa dasar, dimana rasa dasar itu terdiri dari manis, asam, pahit, dan asin. Apabila rasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka konsumen akan loyal terhadap produk tersebut.

2. Daya tahan kemasan

Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran).

3.6.3 Variabel Intervening

Menurut Ferdinand (2011:28) *variabel intervening* merupakan variabel antara yang menghubungkan sebuah variabel independen utama pada *variabel dependen* yang dianalisis. Variabel ini berperan sama seperti fungsi sebuah *variabel independen*. *Variabel intervening* dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen Nutri Sari berupa evaluasi purna beli terhadap suatu produk Nutri Sari yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen. Untuk mengukur kepuasan pelanggan Nutri Sari menggunakan teori Kottler dalam Suwardi (2011). Indikator Kepuasan konsumen yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan *Word-of-Mouth*

Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. Sehingga orang lain akan merasa penasaran ingin merasakan apa yang telah di katakan dari orang tersebut.

2. Menciptakan Citra Merek

Merek (*brand*) adalah sekumpulan gambar atau ide yang mewujudkan suatu produk, jasa, atau bisnis. Atribut-atribut seperti nama, logo, slogan, dan desain dapat memberikan kontribusi pada merek. Dengan menciptakan citra merek yang kuat pada produk dapat membantu membangun loyalitas pelanggan dan mendorong pelanggan untuk merekomendasikan ke teman-teman dan keluarga. Sebuah merek yang kuat merupakan aspek yang memiliki nilai tambah produk bagi banyak konsumen.

3. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama

Apabila konsumen puas terhadap suatu produk, maka konsumen akan loyal terhadap produk tersebut, bahkan apabila konsumen sudah cocok dengan perusahaannya maka konsumen tersebut akan membeliproduk- produk dari perusahaan tersebut.

3.7 Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data dari tiap variabel dilakukan dengan alat bantu menggunakan skala *likert*. Skala Likert menurut Djaali (2008:28) ialah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Skala Likert

adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Nama skala ini diambil dari nama Rensis Likert, pendidik dan ahli psikolog Amerika Serikat. Rensis Likert telah mengembangkan sebuah skala untuk mengukur sikap masyarakat di tahun 1932.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Skala Likert itu “aslinya” untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu objek, yang jenjangnya bisa tersusun atas:

1. Sangat Setuju (SS), diberi skor = 5
2. Setuju (S) diberi skor = 4
3. Ragu-Ragu (RR) diberi skor = 3
4. Tidak Setuju (KS) diberi skor = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor = 1

3.8 Uji Coba Instrumen

Angket penelitian sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya harus diuji terlebih dahulu. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya

instrumen akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan data.

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011:52), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut. Validitas menunjukkan sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi product moment, adapun dari perhitungan pengujian validitas konstruksi menghasilkan koefisien korelasi diatas 0,3 maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari semua pertanyaan merupakan data yang valid, sedangkan koefisien korelasi dibawah 0,3 maka data yang diperoleh merupakan data yang tidak valid (Sugiyono, 2008:177). Dan untuk menguji validitas ini menggunakan aplikasi pengolah data SPSS.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, selama aspek yang diukur dalam dari subjek memang belum berubah. Cara untuk menguji

reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach (Suharsimi Arikunto, 2006:178).

Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji Alpha Cronbach. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Note:

α	= Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach
K	= Jumlah item pertanyaan yang diuji
$\sum s_i^2$	= Jumlah varians skor item
s_x^2	= Varians skor-skor tes (seluruh item K)

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 secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakananya sebagai berikut:

1. Jika alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna
2. Jika alpha antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi
3. Jika alpha antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat
4. Jika alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah

3.9 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda dikatakan baik jika data terbebas dari asumsi-
asumsi klasik, baik normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas

3.9.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160-161) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, Ada dua kriteria yang dapat digunakan dalam uji normalitas yaitu:

1. Analisis Grafik dan Kurva Probability plot (P-Plot) di uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram residualnya. Sedangkan kurva probability plot (P- Plot) dapat digunakan untuk membandingkan distribusi normal dan distribusi kumulatif. Distribusi normal yang membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka data akan mengikuti garis diagonalnya. Model regresi berdistribusi normal dilihat dari penyebarannya pada sumbu diagonal dari grafik dengan dasar keputusan sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

2. Analisis Statistik Kolmogorov-Simirnov (K-S),

Analisis Statistik Kolmogorov-Simirnov (K-S), uji K-S dilakukan dengan menghitung residual data distribusi normal. Suatu data dikatakan normal jika

besarnya nilai signifikan variabel $> =0,05$ dan sebaliknya apabila nilai signifikan variabel $< =0,05$ maka tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2011:105), multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (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. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R² yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris
2. sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
3. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0.90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
4. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance (2) variance inflation model (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance ≤ 0.10 atau $=$ nilai VIF ≥ 10 .

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139), Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data cross-section mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residunya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ yang telah di-studentized}$).

3.9.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2009: 93). Uji autokorelasi dilakukan dengan metode

Durbin-Watson. Jika nilai Durbin-Watson berkisar antara nilai batas atas (d_u) maka diperkirakan tidak terjadi autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 3. 1
Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

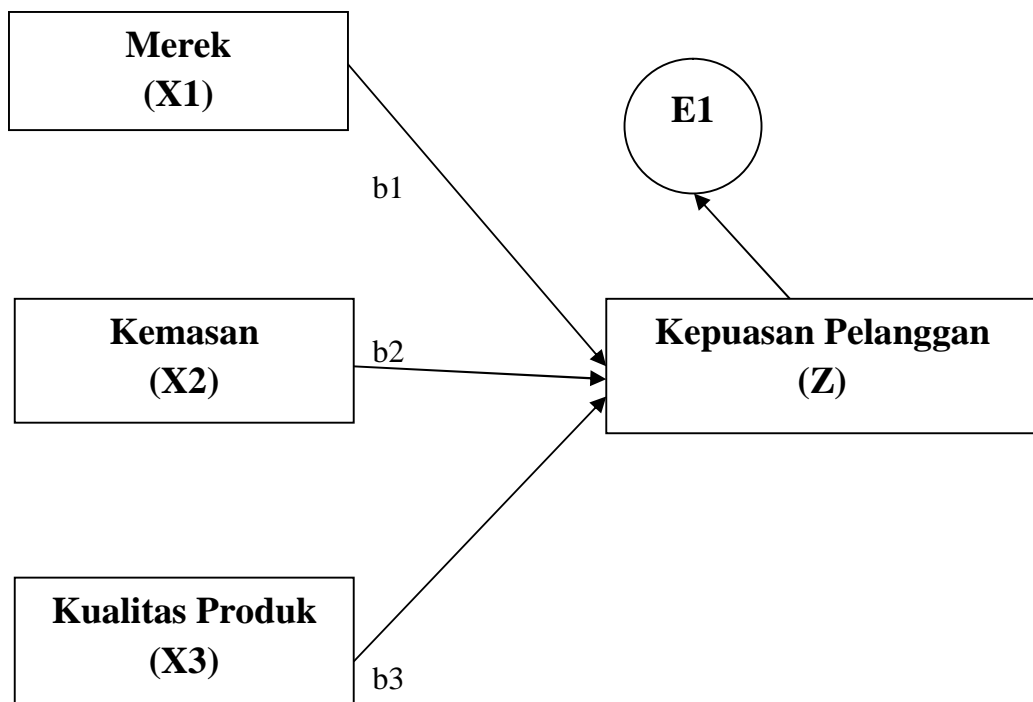
Kriteria	Hipotesis	Keputusan
$0 < d < d_l$	Ditolak	Ada autokorelasi positif
$d_l < d < d_u$	Tidak ada keputusan	Tidak ada keputusan
$4 - d_l < d < 4$	Ditolak	Ada autokorelasi negatif
$4 - d_u < d < 4 - d_l$	Tidak ada keputusan	Tidak ada keputusan
$d_u < d < 4 - d_u$	Diterima	Tidak ada autokorelasi

3.10 Analisis Jalur (Path Analysis)

Menurut Ghozali (2011:249), untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (Path Analysis). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model causal) yang telah ditetapkan sebelumnya. Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab- akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel.

Dalam analisis model jalur (path), harus terlebih dahulu dibuat model jalur untuk menguji ada tidaknya peran mediasi. Model jalur merupakan suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara dan tergantung (Sarwono, 2007: 4). Untuk mengukur ada tidaknya pengaruh mediasi atau intervening menggunakan perbandingan koefisien jalur.

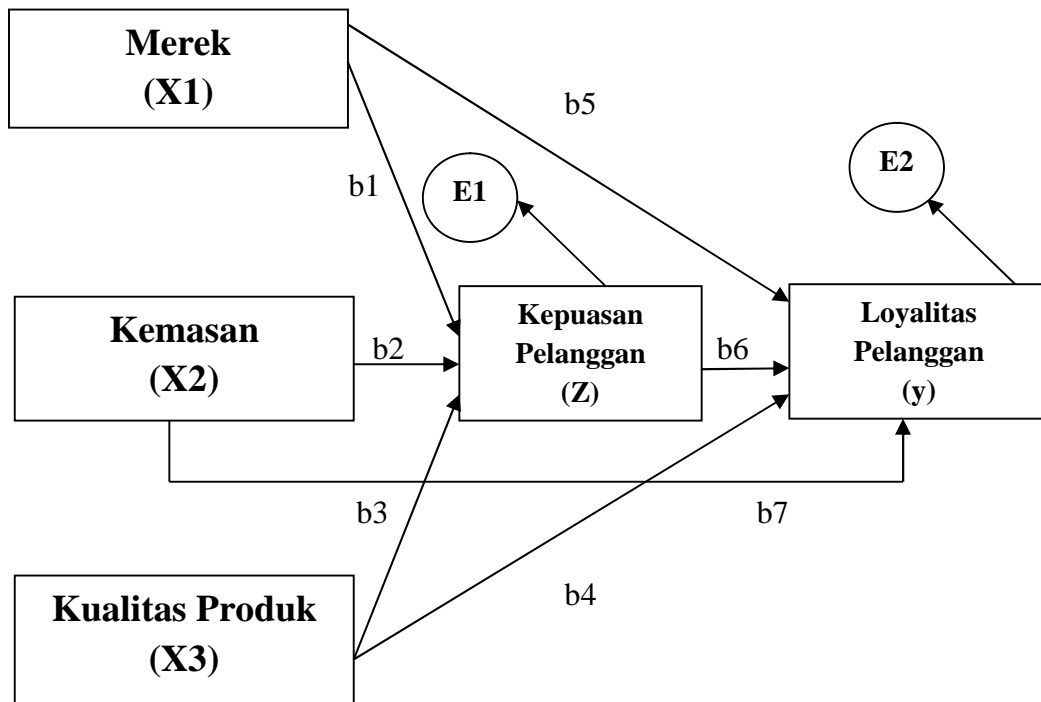
Dibawah ini merupakan model jalur yang dibuat berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian konseptual maka akan dibagi menjadi dua model jalur analisis, yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.1
Model Analisis Jalur 1 (Path Analysis)

Persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut:

$$Z = b1 X1 + b2 X2 + b3 X3 + e1$$



Gambar 3.2
Model Analisis Jalur 2 (Path Analysis)

Persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut:

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_3 Z + b_5 X_1 Z + b_7 X_2 Z + b_6 Z + e_2$$

Keterangan :

X1 = Merek

X2 = Kemasan

X3 = Kualitas Produk

Z = Kepuasan Konsumen

Y = Loyalitas Pelanggan

b1 = Koefisien jalur X1 ke Z

b2 = Koefisien jalur X2 ke Z

b3 = Koefisien jalur X3 ke Z

- b4 = Koefisien jalur X3 ke Y
b5 = Koefisien jalur X1 ke Y
b6 = Koefisien jalur Z ke Y
b7 = Koefisien jalur X2 ke Y
e1 = error struktur 1
e2 = error struktur 2

3.11 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan data ordinal dan untuk menguji hipotesis, pengujian menggunakan uji signifikansi parameter individual (uji t). Ghozali (2011: 98) menyatakan uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan signifikansi level 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0 : variabel merek, kemasan, kualitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas.

H1 : variabel merek, kemasan, kualitas secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas.

Penerimaan atau penolakan hipotesis menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan sig hitung $<$ sig tabel ($\alpha = 0,05$) maka H0 ditolak H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel merek, kemasan, kualitas terhadap variabel loyalitas.

2. Jika nilai t hitung $< t$ tabel dan sig hitung $> \text{sig}$ tabel ($\alpha = 0.05$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel merek, kemasan, kualitas terhadap variabel loyalitas

3.13 Uji Sobel (*Product of Coefficient*)

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji sobel (Sobel test). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z . Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow Z$ (**a**) dengan jalur $Z \rightarrow Y_2$ (**b**) atau $\mathbf{ab} = (\mathbf{c} - \mathbf{c}')$, dimana \mathbf{c} adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol Z , sedangkan \mathbf{c}' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y_2 setelah mengontrol Z .

Standard error koefisien a dan b ditulis dengan S_a dan S_b dan besarnya standard error pengaruh tidak langsung (*Indirect effect*) adalah S_{ab} yang dihitung dengan rumus dibawah ini:

$$S_{ab} = (b^2s_a^2 + a^2s_b^2 + s_a^2s_b^2)$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien \mathbf{ab} dengan rumus sebagai berikut

$$t = \frac{\mathbf{ab}}{S_{ab}}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji Sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika jumlah sampel kecil, maka uji Sobel menjadi kurang konservatif. (Ghozali, 2016:236)