

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada angka-angka serta teknik analisisnya menggunakan statistik serta dibantu dengan program SPSS. Menurut Sugiyono (2015) Penelitian kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan atau *skoring*.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini merupakan penelitian *asosiatif* yang memiliki tujuan untuk meneliti hubungan antar variabel-variabel yang ingin diteliti. Misbahuddin dan Iqbal (2014) menjelaskan bahwa penelitian *asosiatif* adalah bentuk analisis variabel (data) penelitian untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel-variabel yang ingin diteliti, bentuk atau arah hubungan diantara variabel-variabel yang ingin diteliti, dan besarnya pengaruh variabel yang satu (variabel bebas, variabel independen) terhadap variabel lainnya (variabel terikat, variabel dependen). Dalam penelitian ini hubungan antar variabel bersifat kausal, artinya keberadaan suatu variabel disebabkan atau ditentukan oleh keadaan satu atau lebih variabel lain.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam penyusunan tesis dalam penelitian ini dilakukan di Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

3.3 Populasi dan Sampel

Definisi populasi dan sampel pada penelitian ini dapat dijelaskan dan dimaknai pada sub bab 3.3.1 dan 3.3.2, sebagai berikut:

3.3.1 Populasi

Definisi populasi menurut Sugiyono (2015) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk selanjutnya dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya atau populasi merupakan jumlah keseluruhan dari wilayah yang mana memiliki pengalaman-pengalam atas suatu kejadian. Menurut Wiratna (2015) populasi merupakan keseluruhan jumlah atau seseorang yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan memiliki kualitas pernyataan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti yang pada akhirnya hasil yang diteliti tersebut kemudian ditarik kesimpulan dalam melengkapi serangkaian proses penelitian.

Sedangkan menurut Indriantoro & Supomo (2016) populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Berdasarkan beberapa teori yang di paparkan oleh penelitian diatas maka pada dasarnya populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna atau konsumen yang telah melakukan transaksi online pada Tokopedia di Kabupaten Gresik yang telah membeli produk secara online pada Tokopedia, berdasarkan observasi pertama yang dilakukan oleh peneliti, peneliti tidak menemukan jumlah keseluruhan populasi pelanggan Tokopedia, maka berdasarkan hal tersebut dapat di tarik kesimpulan bahwa populasi dari penelitian ini tidak di ketahui dengan pasti.

3.3.2 Sampel

Definisi sampel menurut Sugiyono (2015) sampel adalah bagian-bagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan apa yang ingin diteliti. Berdasarkan pernyataan jumlah populasi yang tidak diketahui dengan pasti maka peneliti mengacu teori yang digagas Roscoe dalam Sugiyono (2015) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang di jadikan acuan oleh peneliti berjumlah 100 sampel.

Teknik yang di gunakan untuk menyebarkan kuisioner dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik random sampling, Sugiyono (2015) teknik *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan starta yang ada dalam populasi tersebut.

Prosedur yang digunakan adalah memakai *Purposive sampling* yaitu metode penetapan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Kriteria-kriteria yang dimaksud oleh peneliti adalah konsumen pengguna Tokopedia yang telah membeli produk Tokopedia hingga beberapa kali.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015) Menyatakan bahwa variabel penelitian dapat di artikan sebuah atribut yang mana terdiri dari suatu objek atau seseorang, yang mempunyai karakteristik variasi dari satu orang dengan suatu objek lain.

Misbahuddin dan Iqbal (2014) menyatakan variabel adalah konstruk yang sifatnya sudah diberi nilai dalam bentuk bilangan atau konsep yang mempunyai dua nilai atau lebih pada suatu kontinum.

Berikut di bawah ini adalah variabel beserta indikator-indikator pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari; variabel independen, variabel intervening, Variabel dependen, beserta definisi-definisi dan penjelasan indikaor pernyataan, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas Produk merupakan variabel independen yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap apa yang telah dibelinya di Tokopedia. Dalam penelitian ini akan menggunakan lima indikator yang mengacu pada pendapat Tjiptono dan Diana (2013) ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis, terutama untuk produk manufaktur, yaitu:

a. Keandalan (*reliability*)

Kerapihan dan keamanan packing produk sehingga produk di terima konsumen tidak mengalami kecacatan ataupun rusak.

b. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Kesesuaian antara iklan produk dengan produk diterima oleh konsumen.

c. Daya tahan (*durability*)

Produk memiliki ketahanan saat dipakai sehingga produk tersebut awet untuk dipakai.

d. *Serviceability*

Pelayanan yang memuaskan dari seller (penjual), selalu sigap dan tanggap saat menangani keluhan konsumen.

2. Harga (X_2)

Harga merupakan variabel independen yang kedua, digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap apa yang telah dibelinya di Tokopedia. Dalam penelitian ini akan menggunakan lima indikator yang mengacu pada harga (Koler, & Keller, 2017), yaitu:

a. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

Harga menjadi salah satu pertimbangan oleh konsumen dalam membeli suatu produk di Tokopedia.

b. Keterjangkauan harga.

Keterjangkauan harga produk-produk online dibandingkan membeli langsung ditoko/mall (toko fisik).

c. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Produk yang dibeli konsumen sesuai dengan manfaat pemakaian.

d. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Kualitas produk toko online sebanding dengan harganya.

3. Kepuasan konsumen (Y)

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah sebagai variabel intervening. Data kepuasan konsumen adalah berupa pernyataan responden mengenai kriteria dalam merasakan kepuasan setelah membeli produk-produk di Tokopedia. Indikator kepuasan konsumen mengacu pada pendapat Kotler dan Keller (2017); Kotler, (2013) yang disesuaikan dengan objek yang diteliti, maka indikator kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
Pembelian produk secara teratur di Tokopedia.
- b. Kesiediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain.
Pemberian saran pada orang lain yang ingin membeli produk yang diinginkan pada Tokopedia.
- c. Perbandingan dengan produk lain.
Produk yang dibeli di Tokopedia lebih baik dari pada membeli produk di toko online pesaing.
- d. Kemampuan memenuhi harapan.
Kesesuaian kualitas produk dengan harapan konsumen

4. Loyalitas (Z)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas. Data yang akan diperoleh adalah pernyataan responden terhadap tingkat keloyalan yang diperoleh. Indikator loyalitas mengacu pada (Cheng et al., 2018; Delima et al., 2019) yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas adalah:

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur.
Pembelian secara teratur di toko seller (penjual) yang sama.
- b. Memberikan komentar positif pada orang lain.
Sikap konsumen setelah membeli produk dengan memberikan komentar atau ulasan positif.
- c. Merekomendasikan produk pada orang lain.
Sikap konsumen untuk merekomendasikan pada teman atau keluarga yang ingin membeli produk yang sama.
- d. Menunjukkan kelebihan atau daya tarik produk sejenis dari pada produk pesaing.

3.5 Pengukuran Variabel Penelitian

Pengukuran variabel penelitian ini di ukur dengan memberikan nilai skoring, dengan memberikan skala 1-5 atau skala untuk mengukur dalam penelitian ini adalah skala likert, pengukuran skala tersebut digunakan untuk mengukur sikap dari seseorang yang mengacu pada pendapat serta persepsi seseorang atau sekelompok

orang akan fenomena yang telah terjadi di sekitarnya. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi pernyataan indikator variabel yang mana indikator tersebut berisikan beban skoring. (Wiratna, 2015).

Pemberian skoring dalam penelitian ini terdiri dari 5 kategori jawaban sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) : Skor 5
2. Setuju (S) : Skor 4
3. Netral (N) : Skor 3
4. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini menggunakan data primer. Data yang dikumpulkan peneliti dari sumber pertama atau perseorangan dari hasil pengisian kuesioner (Umar, 2010).

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner online (*Google Form*). Kuisisioner yang akan disebar oleh peneliti pada para pengisi kuisisioner (responden) berisikan pernyataan-pernyataan yang berisikan skala bobot angka yang dibebankan dengan bobot nilai tertinggi yakni 5 dan angka terendah yakni 1 yang dapat mewakili variabel-variabel dalam penelitian ini, sehingga data yang telah diisi di kumpulkan oleh peneliti untuk diproses (kuesioner terlampir).

3.7 Teknik Pengambilan Data

Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengambil data dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebar kuisisioner melalui media online atau bertemu langsung dengan responden, dengan menggunakan angket kuisisioner online atau kertas kuisisioner, teknik ini merupakan suatu cara pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan dan pernyataan yang tertulis pada para responden untuk selanjutnya dijawab oleh responden sesuai dengan pengalaman yang telah mereka rasakan. (Wiratna, 2015).

3.8 Alat Analisis

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat yang digunakan untuk mengelolah data penelitian yang telah dikumpulkan secara keseluruhan, dan sebagai alat untuk memprediksi secara keseluruhan kuisisioner yang telah di kumpulkan dan ditarik kesimpulan. dalam penelitian ini peneliti menggunakan program analisis SPSS 15 *for windows*.

3.8.1 Uji Instrumen

Uji instrumen adalah uji persyaratan instrumen tentang layak atau tidak layak sebuah instrumen dipakai sebagai alat pengumpul data yang baik. Reabilitas dengan validitas merupakan dua syarat utama yang harus dipenuhi oleh instrumen untuk layak digunakan sebagai alat pengumpul data penelitian yang memenuhi kriteria (baik). Berikut ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas yang dapat dijelaskan melalui sub bab:

3.8.1.1 Uji Validitas

Validitas adalah sebuah alat pengujian yang dapat menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner yang telah disebar oleh peneliti. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tersebut dapat atau mampu mengungkapkan secara jelas sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Umar, 2010). Uji validitas dihitung dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi antara x dan y
- n = Jumlah responden
- x = Skor item
- y = Skor total
- $\sum x$ = Jumlah skor items
- $\sum y$ = Jumlah skor total
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor items
- $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Untuk mengetahui apakah suatu instrumen dikatakan valid dengan adalah membandingkan r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, atau jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan kuisisioner tersebut tidak valid, dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan kuisisioner tersebut valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2010). Instrumen pengukuran dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Dan dikatakan tidak reliabel apabila pengukuran yang dilakukan secara berulang-ulang memberikan hasil yang relatif tidak sama. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius yang mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Salah satu cara untuk mengukur reabilitas instrumen bisa menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Rumusnya dalam Umar (2010) adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = Reabilitas instrumen
- k = Banyak butir pertanyaan
- σ_t^2 = Varians total
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

Suatu suatu konstruk dikatakan reliabel bila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 dan sebaliknya (Ghozali, 2011).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1 Uji Normalitas

Pada pengujian asumsi klasik yang pertama adalah uji normalitas. Menurut Ghozali (2011) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dalam penelitian ada variabel pengganggu atau atau tidak. Kuisisioner data penelitian dapat dikatakan normal jika distribusi data berdistribusi normal atau dapat dilihat dengan melihat alur garis yang menggambarkan data yang mengikuti garis normalnya. Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini adalah:

1. Ketentuan kriteria data jika data menunjukkan penyebaran yang searah atau data menyebar disekitar garis-garis diagonal dan distribusinya mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka menunjukkan data tersebut distribusi normal. Dengan begitu dapat dikatakana kreteria model regresi dalam penelitian dapat memenuhi asumsi normalitas.
2. Ketentuan kriteria data jika data menunjukkan penyebaran yang tidak searah atau data tidak menyebar disekitar garis-garis diagonal dan distribusinya mengikuti tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka menunjukkan data tersebut tidak distribusi normal. Dengan begitu dapat dikatakana kreteria model regresi dalam penelitian dapat memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2.2 Uji Heterokedastisitas

Pada pengujian asumsi klasik yang kedua adalah uji heterokedastisitas, pengujian heteroskedastisitas memiliki tujuan utama yakni untuk menguji apakah data dalam model regresi dalam penelitian tersebut memiliki ketidaksamaan antara varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2011). Dasar analisisnya adalah:

1. Jika data dalam penelitian ini menunjukkan pola tertentu, menunjukan gambaran seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika data dalam penelitian ini menunjukkan pola yang jelas, menunjukkan gambaran seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.2.3 Uji Multikolonieritas

Pada pengujian yang ketiga dalam pengujian asumsi klasik asumsi klasik adalah uji multikolonieritas, menurut Ghozali (2011) tujuan utama dalam pengujian multikolonieritas adalah untuk menguji data pada penelitian ini apakah model regresi yang digunakan apakah ada korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolonieritas pada penelitian ini peneliti pada suatu model regresi, diantaranya dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan dasar analisis adalah:

1. Ketentuan dalam menentukan kriteria data apakah data tidak terjadi gejala multikolonieritas yakni, melihat nilai *tolerance*, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF harus lebih kecil dari 10 maka data pada penelitian tidak terjadi multikolonieritas.
2. Ketentuan dalam menentukan kriteria data apakah data terjadi gejala multikolonieritas yakni, melihat nilai *tolerance*, jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka data pada penelitian terjadi multikolonieritas.

3.8.2.4 Uji Autokorelasi

Pada pengujian asumsi klasik yang keempat adalah uji autokorelasi, menurut Umar (2010) Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi. autokorelasi adalah pengujian untuk mengetahui apakah model regresi yang di gunakan apakah terdapat korelasi antara kesalahan yang menjadi pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Metode pengujian yang digunakan untuk pengujian auto korelasi adalah uji Durbin-Watson atau sering kali disebut uji DW dengan dasar analisisnya adalah, sebagai berikut:

1. Jika nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan ($4-du$) maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, ini berarti tidak terdapat autokorelasi.

2. Jika nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (dl) maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi positif.
3. Jika nilai DW lebih besar daripada batas bawah (4-dl) maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi negatif.
4. Jika nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW tertelak diantara (4-du) dan (4-dl) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.8.2.5 Uji Linieritas

Pada pengujian asumsi klasik yang terakhir adalah uji linieritas, uji linieritas menguji hubungan antara sekelompok variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear. Menurut Ghozali (2011) uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen.

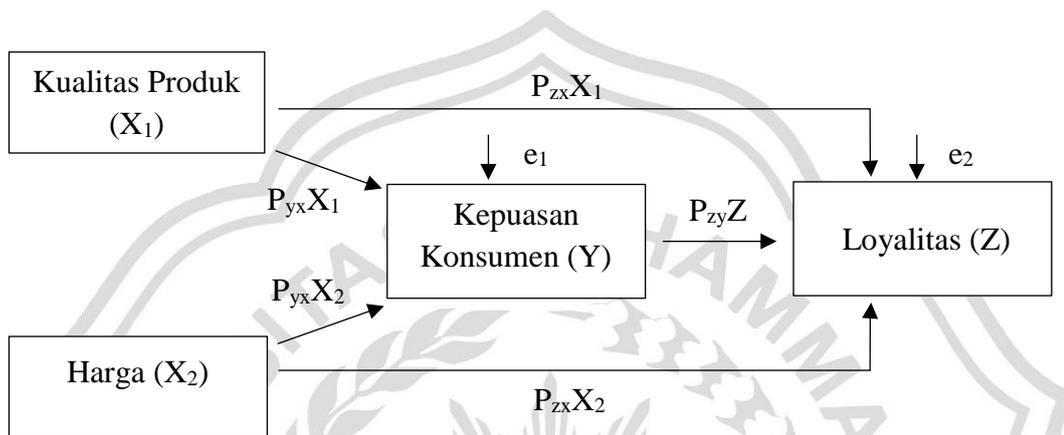
Pengujian linieritas ini menggunakan *test of linearity*. Dasar pengambilan keputusan uji linieritas adalah dengan menggunakan nilai signifikan pada *linearity* signifikansi (Sugiono, 2015), yaitu:

1. Apabila angka *linearity* signifikansi > 0.05 , maka tidak ada hubungan linear
2. Apabila angka *linearity* signifikansi < 0.05 , maka terdapat hubungan linear

3.8.3 Analisis Jalur (*Path*)

Model kerangka berpikir menunjukkan adanya variabel intervening sehingga model yang digunakan menggunakan *Path analysis*. *Path analysis* merupakan pengembangan analisis regresi, sehingga analisis jalur merupakan bentuk khusus dari analisis regresi. Analisis jalur digunakan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (bukan hubungan interaktif). Dengan demikian dalam model hubungan antar variabel tersebut, terdapat variabel independen yang dalam hal ini disebut sebagai variabel eksogen dan variabel dependen yang disebut variabel endogen. Dalam penelitian ini, variabel eksogen adalah kualitas produk dan harga, variabel endogen adalah loyalitas sedangkan variabel intervening adalah kepuasan konsumen (Sugiyono, 2015).

Dalam analisis jalur, pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung, berbeda dengan 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 intervening. Metode analisis jalur dalam penelitian ini menggunakan persamaan:



Gambar 3.1
Persamaan Struktural

$$Y = \rho_{yx}X_1 + \rho_{yx}X_2 + e_1 \text{ (persamaan struktural 1)}$$

$$Z = \rho_{zx}X_1 + \rho_{zx}X_2 + \rho_{zy}Z + e_2 \text{ (persamaan struktural 2)}$$

Keterangan:

- X_1 = Kualitas produk
- X_2 = Harga
- Y = Kepuasan konsumen
- Z = Loyalitas
- ρ = Koefisien regresi
- e = Standar eror

Berdasarkan diagram jalur dapat dilihat pengaruh langsung dan tidak langsungnya. Pengaruh langsung adalah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang terjadi tanpa melalui variabel intervening. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah pengaruh suatu variabel bebas dengan variabel terikat yang terjadi

melalui variabel intervening yang terdapat dalam satu model kausal yang sedang dianalisis. Besarnya pengaruh tidak langsung suatu variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu perkalian nilai koefisien jalur variabel bebas terhadap variabel intervening dengan nilai koefisien jalur variabel intervening terhadap variabel terikat.

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

Pengaruh langsung X_1 , X_2 terhadap Y , pengaruh X_1 , X_2 terhadap Z dan pengaruh Y terhadap Z .

2. Pengaruh tidak langsung (*indirect effect (IE)*)

Pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Z melalui Y dan pengaruh X_2 terhadap Z melalui Y .

3.8.4 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan korelasi antar sebuah variabel dependen dengan sebuah variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pengaruh langsung adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi (Ghozali, 2011), yaitu:

1. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung adalah dengan membandingkan nilai *standardized coefficients* pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Apabila nilai total *standardized coefficients* beta pengaruh langsung lebih besar dari pada nilai total *standardized coefficients* beta pengaruh tidak langsung, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila nilai total *standardized coefficients* beta pengaruh langsung lebih kecil dari pada nilai total *standardized coefficients* beta pengaruh tidak langsung, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Untuk menguji kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yaitu sebagai berikut:

1. H_1 = Ada pengaruh secara langsung kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
 H_0 = Tidak ada pengaruh secara langsung kualitas produk tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.
2. H_2 = Ada pengaruh secara langsung harga terhadap kepuasan konsumen.
 H_0 = Tidak ada pengaruh secara langsung harga terhadap kepuasan.
3. H_3 = Ada pengaruh secara langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas.
 H_0 = Tidak ada pengaruh secara langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas.
4. H_4 = Ada pengaruh secara langsung kualitas produk terhadap loyalitas.
 H_0 = Tidak ada pengaruh secara langsung kualitas produk terhadap loyalitas.
5. H_5 = Ada pengaruh secara langsung harga terhadap loyalitas.
 H_0 = Tidak ada pengaruh secara langsung harga terhadap loyalitas.
6. H_6 = Ada pengaruh secara tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.
 H_0 = Tidak ada pengaruh secara tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.
7. H_7 = Ada pengaruh secara tidak langsung harga terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.
 H_0 = Tidak ada pengaruh secara tidak langsung harga terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.