

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Dalam upaya mengumpulkan data yang diperlukan untuk menyusun penelitian maka penulis mengadakan penelitian kepada pelanggan atau pengunjung di BJBR Probolinggo.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian *survey* yang mana informasinya dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Pada umumnya pengertian *survey* dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Penelitian *survey* adalah penelitian-penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Sugiyono, 2011).

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah pelanggan yang pernah dan yang sedang berkunjung dan menikmati suasana di BJBR Probolinggo. Penggunaan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa pertimbangan. Menurut Ferdinand (2006), ukuran sampel yang sesuai antara 100 – 200. Bila ukuran sampel terlalu besar maka metode menjadi sangat sensitive sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran *Goodness of fit* yang baik. Dalam penelitian ini menggunakan metode *quotted sampling* sebesar 100 responden dan dalam penelitian ini elemen

populasi yang dipilih berdasar sampel dibatasi pada elemen-elemen yang dapat membentuk informasi berdasarkan pertimbangan.

Dan menurut pendapat Maholtra (2004) yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang diambil sebaiknya tidak terlalu besar atau tidak terlalu kecil, lebih lanjut dikemukakan bahwa jumlah sampel minimal sebanyak 100 dan sudah memenuhi syarat dalam melakukan generalisasi.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode accidental sampling yaitu pengambilan sampel secara kebetulan artinya siapa saja orang yang berkunjung di wisata BJBR Probolinggi dapat dijadikan sampel catatan orang tersebut representative untuk dijadikan responden.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Peubah adalah konsep yang memperlihatkan suatu derajat atau konsep yang mempunyai variasi nilai. Dalam penelitian ini membedakan antara peubah bebas dan peubah terikat, yang masing-masing akan diuraikan seperti dibawah ini :

#### 1. Peubah bebas (X)

Peubah bebas dalam penelitian ini yaitu bauran pemasaran, yang merupakan peubah yang dapat mempengaruhi peubah lain (peubah terikat). Peubah yang ada didalam bauran pemasaran yang dipergunakan sebagai bahan penelitian ini adalah :

##### a. Produk (X1)

Produk adalah seperangkat atribut baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, termasuk nama baik perusahaan, pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan, dan objek yang ditawarkan perusahaan. Produk dalam hal ini adalah variabel (X1) tentang tempat wisata dari BJBR Probolinggo. Indikator peubah produk pada penelitian ini adalah:

- 1) Fasilitas yang ditawarkan.
- 2) Objek yang menarik



- 3) Melekat dipikiran pengunjung
- 4) Ciri khas wisata
- 5) Manfaat yang baik

b. Harga (X2)

Dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk memperoleh suatu produk jasa untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, hiburan dan kepuasan adalah hal yang dapat dirasakan oleh konsumen produk pariwisata. Harga dalam hal ini adalah variabel (X2). Indikator peubah harga pada penelitian ini adalah:

- 1) Tiket murah
- 2) Keteresuaian tiket dengan kualitas
- 3) Keteresuaian tiket dengan manfaat
- 4) Keteresuaian tiket dengan fasilitas
- 5) Pemberian diskon

c. Promosi (X3)

Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran. Promosi dalam hal ini adalah variabel (X3). Indikator peubah promosi pada penelitian ini adalah:

- 1) Iklan yang menarik
- 2) Gencar melakukan promosi
- 3) Keteresuaian informasi dalam iklan
- 4) Keteresuaian promosi dengan kondisi aslinya
- 5) Event yang menarik

d. Lokasi (X4)

Tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah dijangkau dan strategis guna memastikan produknya dalam dinikmati oleh pengunjung. Lokasi



dalam hal ini adalah variabel (X4). Indikator peubah lokasi pada penelitian ini adalah :

- 1) Akses yang memadai
- 2) Mudah dijangkau
- 3) Fasilitas lengkap
- 4) Banyak penunjuk jalan
- 5) Bisa dijangkau oleh semua jenis transportasi

e. Bukti Fisik

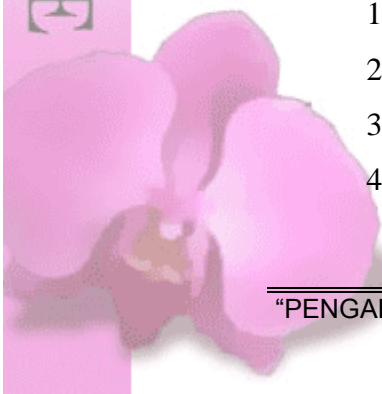
Bukti fisik jasa mencakup semua hal yang berwujud berkenaan dengan suatu jasa seperti brosur, kartu bisnis, dan peralatan. Bukti fisik dalam hal ini adalah variabel (X5). Indikator peubah bukti fisik pada penelitian ini adalah :

- 1) Kebersihan dan kenyamanan lingkungan
- 2) Tata letak
- 3) Fasilitas memadai
- 4) Fasilitas terawatt
- 5) Hiburan yang beragam

2. Peubah Intervening (Z)

Perubah intervening dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen suatu penilaian yang diberikan oleh konsumen setelah berkunjung di wisata BJBR. Penilaian kepuasan yang dilakukan oleh konsumen mengacu pada penilaian tentang seluruh pengalamannya selama berkunjung di wisata BJBR. Dari definisi operasional diatas maka dapat diturunkan menjadi item-item yang diteliti berdasarkan penilaian kepuasan, yaitu :

- 1) Fasilitas sesuai harapan
- 2) Pelayanan sesuai harapan
- 3) Keamanan yang baik
- 4) Kepuasan berwisata



5) Manfaat sesuai harapan

### 3. Peubah Terikat (Y)

Peubah terikat merupakan peubah yang tergantung atas peubah yang lain (peubah bebas). Adapun peubah terikatnya yaitu loyalitas pelanggan, yang merupakan keputusan pelanggan secara sukarela untuk berkunjung ulang tertentu dalam jangka waktu yang lama.

- 1) Kelayakan untuk dikunjungi lagi
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Merekomendasikan kepada orang lain
- 4) Merekomendasikan kepada kerabat
- 5) Memberikan ulasan baik kepada orang lain

## 3.5 Jenis dan Sumber Data

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau belum melalui proses pengumpulan dan pengolahan dari pihak lain. Misalnya data hasil penyebaran kuisisioner terhadap sampel dari suatu populasi, kuisisioner berisi pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan penelitian dan harus diisi oleh responden.

## 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan berupa angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Menurut Malhotra (2005) kuisisioner adalah



serangkaian pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi dari responden. Kuisisioner digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pernyataan-pernyataan. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar (Sugiyono, 2011).

### 3.7 Pengukuran Data

Teknik pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena *social* ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi *indicator* variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat *negative*, yang dapat berupa kata-kata antara lain (Sugiyono, 2011).

Apabila diranking, maka akan memiliki susunan yang dimulai dari sangat tidak setuju (*strongly disagree*) sampai dengan sangat setuju (*strongly agree*). Penilaian jawaban dari responden akan dilakukan sebagai berikut ; sangat setuju diberi skor 5, setuju diberi skor 4, ragu diberi skor 3, tidak setuju diberi skor 2, dan sangat tidak setuju diberi skor 1. Pengukuran skala *likert* pada penelitian ini maka masing-masing jawaban dari setiap pertanyaan variabel bebas dan variabel terikat akan diberi skor dengan ketentuan sebagai berikut: “sangat setuju” diberi skor 5. “setuju” diberi skor 4, “netral” diberi skor 3, “tidak setuju” diberi skor 2, dan “sangat tidak setuju” diberi skor 1.



### 3.8 Uji Asumsi

Untuk mengetahui apakah hasil regresi yang dihasilkan bersifat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator), artinya koefisien regresi pada persamaan regresi yang ditemukan tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang berarti, maka dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari multikolinierity, normalitas dan heterokedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak” (Gozali, 2006:76). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Pada hakekatnya multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana antara independent variabel dalam satu persamaan regresi tidak saling bebas secara sempurna. Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara semua variabel yang terdapat dalam model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearity dalam suatu model regresi dapat dilihat dari beberapa kondisi yang harus dipenuhi sebagai berikut



(Gozali,2006:56): Multikolinearitas terjadi bila nilai VIF (varian inflating faktor) lebih besar dari 10.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi yang ditemukan terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain” (Gozali, 2006:70). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas pada model regresi menurut Gozali (2006:70) adalah: Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat dan tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-studentized.

Pengertian di atas menjelaskan bahwa jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit atau membentuk bentuk yang lain), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

## 3.9 Uji Instrumen

### a) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrumen. Menurut Arikunto (2010) validitas adalah suatu pengukuran yang mengacu pada proses dimana pengukuran benar-benar bebas dari kesalahan sistimatis dan kesalahan random. Pengukuran yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk





mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Adapun rumus dari validitas adalah:

$$r = \frac{N \cdot \sum X \cdot Y - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

$r$  = Koefisien Korelasi

$X$  = Skor item / variabel judul (*independent*)

$Y$  = Skor total / variabel judul (*dependent*)

$N$  = Jumlah Responden

Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan *software SPSS* untuk menemukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perhitungan ini juga perlu dikonsultasikan dengan tabel *r product moment* dengan kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut:

1. Apabila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (pada taraf  $\alpha$  5%) maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut valid
2. Apabila  $r$  hitung  $< r$  tabel (pada taraf  $\alpha$  5%) maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut tidak valid.

#### b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran seberapa besar keandalan suatu instrumen pengumpulan data. Uji Reliabilitas kuesioner dilakukan untuk mengetahui konsistensi derajat ketergantungan dan stabilitas dari alat ukur sehingga meskipun jawaban responden berlainan maka tidak akan jauh dari jawaban responden untuk variabel tersebut (Ghozali, 2011). Adapun rumus dari reliabilitas adalah:

$$\alpha = \left[ \frac{N}{N-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2 \text{item}}{\sigma^2 \text{total}} \right]$$

Dimana:



$\alpha$  = Cronbach's alpha

N = Banyaknya Pertanyaan

$\sigma^2_{item}$  = *variance* dengan pertanyaan

$\sigma^2_{total}$  = *variance* dari skor

Uji reliabilitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS yang dapat diartikan bahwa jika nilai Croabanch alpha > 0,60 maka kuisisioner dikatakan *reliable*.

### 3.10 Teknik Analisis Data

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh Bauran Pemasaran 4P terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan. Metode ini menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen. Persamaan Regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan/Loyalitas

A = Konstanta

$b_1b_2b_3b_4$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Produk

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Tempat

$X_4$  = Promosi

e = Kesalahan

Koefisien variabel independen dalam persamaan regresi tersebut akan diinterpretasikan dengan menggunakan *Standardized Beta Coefficients*, dalam hal ini disebabkan unit ukuran dari variabel independen tidak sama. Keuntungan menggunakan *Standardized Beta*



*Coefficients* adalah dapat mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen (Ghozali, 2005).

#### b. Koefisien Determinasi (R Square)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui *adjusted R<sup>2</sup>* (Ghozali, 2011). *Adjusted R<sup>2</sup>* ini digunakan karena variabel bebas dalam penelitian ini lebih dari dua. Nilainya terletak antara 0 dan 1. Jika hasil yang diperoleh > 0,5, maka model yang digunakan dianggap cukup handal dalam membuat estimasi. Semakin besar angka *Adjusted R<sup>2</sup>* maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika *R<sup>2</sup>* semakin kecil berarti semakin lemah model tersebut untuk menjelaskan variabilitas dari variabel terikatnya.

*R-square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar keterkaitan Bauran Pemasaran 4P terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan. Formula R-Square :

$$R^2 = \frac{JK (Reg)}{JK (Tot)}$$

Dimana:

*R<sup>2</sup>* = Koefisien Determinasi

J K (Reg) = Jumlah Kuadrat Regresi

J K (Tot) = Jumlah Kuadrat Total

#### c. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) dengan variabel terikat (endogen) (Riduwan dan Kuncoro, 2007:2). Teknik analisis jalur (*path analysis*) digunakan dalam menguji besarnya



kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antara variable X terhadap Y melalui Z. Sahih tidaknya suatu hasil tergantung dari terpenuhinya atau tidak asumsi yang melandasinya.

- a) Menyatakan model tersebut dalam persamaan sehingga membentuk persamaan berikut:

$$\text{Jalur 1, } Z = \beta_1 X_1 \pm \epsilon_1$$

Keterangan :

Z = Kepuasan pelanggan

X1 = Bauran pemasaran

$\beta_1$  = Koefisien korelasi antara X1 dan Z

$\epsilon_1$  = Error dalam hubungan antara variabel X dan Z

$$\text{Jalur 2, } Y = \beta_4 X_1 + \beta_3 Z \pm \epsilon_2$$

Keterangan :

Y = Loyalitas pelanggan

Z = Kepuasan konsumen

X1 = Ekspektasi pelanggan

X2 = Aplikasi bauran pemasaran

$\beta_4$  = Koefisien korelasi antara X dan Y

$\beta_3$  = Koefisien korelasi antara Z dan Y

$\epsilon_2$  = Error dalam hubungan antara variabel Y dan Z

Nilai dalam koefisien jalur ( $\beta$ ) tersebut menunjukkan kuatnya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2009:302) bila koefisien jalur rendah, dan angka dibawah 0,05 maka jalur tersebut dianggap rendah sehingga dapat dihilangkan. Dalam hal ini Sudjana (dalam Sugiyono, 2004:302) menyatakan “beberapa studi empirik telah banyak menyarankan



untuk menggunakan pegangan bahwa koefisien jalur kurang dari 0,005 dapat dianggap tidak berarti”. Jadi analisis jalur dapat diterima bila nilai koefisien di atas atau sama dengan 0,05.

b) Menghitung pengaruh tidak langsung

Pengaruh tidak langsung variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel intervening (perantara/moderator), yaitu diperoleh melalui perkalian nilai pengaruh langsung (koefisien beta standarisasi) pada masing-masing persamaan. Perhitungan koefisien pada gambar diagram path pada uraian sebelumnya menjelaskan sebagai berikut:

- 1) Untuk anak panah bolak-balik, koefisiennya merupakan koefisien korelasi,  $r$  (dihitung seperti biasa).
- 2) Untuk anak panah satu arah, digunakan perhitungan regresi variabel yang dibakukan, secara parsial pada masing-masing persamaan. Metode yang digunakan adalah OLS, yaitu metode kuadrat kecil biasa. Hal ini dapat dilakukan mengingat modelnya rekursif. Dari perhitungan diperoleh koefisien path pengaruh langsung.

Berdasarkan model-model pengaruh tersebut, dapat disusun model lintasan pengaruh. Model lintasan pengaruh ini disebut dengan path analysis. Dalam penelitian ini untuk mencari pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) melalui variable moderator (Z) adalah sebagai pengganti berikut:

$$PLT (X-Y) = \beta_{xz} \times \beta_{zy}$$

Keterangan :

PLT (X-Y) = pengaruh secara tidak langsung variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) melalui variable moderator (Z)



$\beta_{xz}$  = pengaruh langsung variabel bebas (X) terhadap variabel moderator (Z)

$\beta_{zy}$  = pengaruh langsung variabel moderator (Z) terhadap variabel terikat (Y).

Sedangkan pengaruh error ditentukan sebagai berikut :

$$P_{e1} = \sqrt{1 - R_1^2}$$

Keterangan :

$P_{e1}$  = pengaruh *error*

$R_1^2$  = koefisien determinasi

c) Periksa terhadap asumsi yang mendasari. Adapun asumsi yang mendasari path analysis adalah :

- 1) Di dalam model analisis jalur, sebaran masing-masing data normal dan hubungan antarvariabel adalah linier.
- 2) Hanya model rekrusif dapat dipertimbangkan, yaitu hanya sistem aliran kausal ke satu arah. Sedangkan pada model yang mengandung kausal resprokal, tidak dapat dilakukan path analysis.
- 3) Observed variable dapat diukur tanpa kesalahan (instrument pengukuran valid dan reliabel).
- 4) Model yang dianalisis dispesifikan (diidentifikasi) dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep relevan.

d) Pemeriksaan validitas model. Sahih tidaknya suatu analisis tergantung dari terpenuhi atau tidak asumsi yang melandasinya. Telah disebutkan bahwa dianggap semua asumsi terpenuhi. Terdapat dua indikator validitas model dalam analisis jalur (path analysis), yaitu:

- 1) Koefisien Determinasi Total

$$R_{m2} = 1 - P_{e1}^2, P_{e2}^2, \dots - P_{ep}^2$$

Keterangan :



$Rm^2$  : koefisien determinasi total  
 $Pe_1^2, Pe_2^2, \dots, Pe_p^2$  : pengaruh error ke-1 sampai seterusnya

## 2) Theory Trimming

Uji validitas koefisien path pada setiap jalur untuk pengaruh adalah sama dengan regresi, menggunakan nilai p dan uji t, yaitu pengujian koefisien regresi variabel dilakukan secara parsial. Berdasarkan theory trimming, maka jalur-jalur yang nonsignifikan dibuang, sehingga diperoleh model yang didukung oleh data empirik. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan koefisien determinasi total dan berdasarkan pada teori sebelumnya untuk melakukan theory trimming. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini, jika terdapat jalur tidak signifikan berarti harus dibuang.

## 3) Melakukan interpretasi hasil analisis. Pertama, interpretasi koefisien determinasi total dan lintasan pengaruh yang signifikan. Kedua, menghitung pengaruh total dari setiap variabel yang mempunyai pengaruh kausal ke variabel endogen. Bilamana path analysis telah dilakukan, maka dapat dimanfaatkan untuk:

- a. Penjelasan (explanation) terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti.
- b. Prediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas (X), dan prediksi dengan path analysis ini bersifat kualitatif.
- c. Faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas (X) mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat (Y), juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme



(jalur-jalur) pengaruh variabel (X) terhadap variabel terikat (Y).

- d. Pengujian model, menggunakan theory trimming, baik untuk pengujian reliabilitas (uji keajegan) konsep yang sudah ada ataupun uji pengembangan konsep baru. (Ridwan dan Kuncoro, 2007:2)

