

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang variable yang menawarkan fungsi operasional yang diperlukan untuk mengukur variable dengan menggunakan skor evaluasi yang diterima dari instrument di setiap variabel penelitian. Dalam penelitian ini, variabel yang akan digunakan sebagai variabel bebas dan terikat (Sugiyono, 2019), yaitu:

1. Variabel bebas (Independent Variable) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan, variabel bebas ini diperoleh dari X1 dan X2.
2. Variabel terikat (Dependent Variable) yang digunakan dalam penelitian ini Loyalitas Pelanggan, variabel terikat ini diperoleh dari Y.
3. Variabel penghubung dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, diperoleh dari variabel Moderasi yaitu variabel yang menghubungkan antar X1, X2 dan Y.

Tabel 3.1 Matriks Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan	Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan.	<i>Tangibles</i> <i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Emphaty</i>	<i>Likert</i>

Citra Perusahaan	Kesan yang dirasakan seseorang mengenai suatu objek atau barang ataupun organisasi dengan cara yaitu keseluruhan yang kemudian akan tersimpan didalam suatu ingatan konsumen.	Sekumpulan Kesan (<i>Impressions</i>) Kepercayaan (<i>Beliefs</i>) Sikap (<i>Attitudes</i>)	<i>Likert</i>
Loyalitas Pelanggan	Ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk dapat memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Berbeda dari kepuasan, yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan dengan berdasarkan suatu perilaku membeli.	Melakukan Pembelian Berulang secara teratur Membeli antar lini produk dan jasa Mereferensikan kepada orang lain Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dan pesaing	<i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Masyarakat dengan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produk atau layanan dengan harapan.	Kesesuaian Harapan Minat berkunjung kembali Kesediaan merekomendasikan	<i>Likert</i>

III.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non – probability dengan Teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019).

Populasi dapat memiliki bermacam sampel sesuai dengan karakteristiknya masing masing. Sampel data ini mewakili populasi. Dalam melaksanakan penelitian ini data diambil dari para responden sesuai sampel yang mewakili seluruh populasi.

Ukuran sampel yang layak dalam karena penelitian antara 500 sampai dengan 1000. Maka penelitian ini menggunakan Lemeshow dengan rumus (Sugiyono, 2019):

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

z : Skor z (Pada penelitian ini tingkat kepercayaan 95% = 1,96)

p : Maksimal estimasi

d : Tingkat Kesalahan

Dengan menggunakan jumlah sampel maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 5% (tingkat kesalahan rendah)

$$n = \frac{1,96^2 0,5 (1 - 0,5)}{0,05^2}$$

$$n = 96$$

Sampel yang diambil adalah 96, untuk lebih menambah akurasi data dalam penelitian ini maka penulis mengambil sampel sebesar 120 responden.

III.3 Pengumpulan Data

III.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang bersifat numerik atau angka yang dapat dianalisis menggunakan statistic, dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis yang telah diettapkan (Sugiyono, 2019).

III.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh penumpang kapal bisa melalui penyebaran kuesioner kepada penumpang kapal secara online menggunakan google form yang akan disebar. Kuesioner ini merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab oleh responden (Sugiyono, 2019)

2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer. Dan dengan dibantu oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram- diagram (Sugiyono, 2018).

Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan penulis didapat dari SK Trayek PSO dan yang terkait dengan penelitian, data dari buku- buku yang berkaitan dengan teori penelitian, skripsi, jurnal nasional maupun internasional, serta artikel yang berkaitan dengan penelitian. Meskipun terdapat 2 sumber data dalam penelitian ini, namun data yang akan diolah untuk pengujian hipotesis adalah data primer.

III.3.3 Pengumpulan Data

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Data penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner secara online dan offline melalui survey monkey dan kertas kuesioner selama 14 hari (5-19 Desember 2022). Pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini, menggunakan skala likert dengan skala 1 hingga skala 4 (Sugiyono, 2019).

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2019 : 147)

Skala likert merupakan skala untuk mengukur variabel melalui indikator variabel, yang kemudian dijadikan sebagai landasan untuk membuat pertanyaan atau pernyataan yang mewakili setiap poin-poin instrumennya. Pilihan jawaban dari kuesioner memiliki tingkatan dari sangatsetuju hingga sangat tidak setuju sesuai dengan penggunaan skala likert (Sugiyono, 2018).

Tabel 3.3. Kisi kisi Instrumen

Variable	Indikator	Butir Soal	Jumlah
Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i>	1,2	2
	<i>Reliability</i>	3,4	2
	<i>Responsiveness</i>	5,6	2
	<i>Assurance</i>	7,8	2

	<i>Emphaty</i>	9,10	2
Citra Perusahaan	Sekumpulan kesan (<i>Impressions</i>)	1,2	2
	Kepercayaan (<i>Beliefs</i>)	3,4	2
	Sikap (<i>Attitudes</i>)	5,6	2
Loyalitas Pelanggan	Melakukan pembelian berulang secara teratur	1	2
	Membeli antar lini produk dan jasa	2	2
	Mereferensikan kepada orang lain	3	2
	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dan pesaing	4	2
Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian harapan	1,2	2
	Minat berkunjung kembali	3	1
	Kesedian merekomendasikan	4	1

III.4 Teknik Analisis Data

Proses pengolahan data akan menjadi suatu informasi yang penting. Karena analisis ini dapat mendukung pengambilan keputusan dalam menghadapi permasalahan yang diajukan. Teknik analisis data harus bisa dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang ada. Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau menjadi sumber data lain terkumpul. Data akan diambil sesuai kebutuhan. Dan data akan dipilih sesuai kelompoknya masing – masing.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif terdapat dua macam statistik yang digunakan dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial (Sugiyono, 2019).

III.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis dasar dalam perhitungan statistic, dimana tujuan analisis deskriptif ini untuk mengetahui nilai rata – rata (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai yang sering muncul (*mode/modus*), jumlah (*sum*), deviasi standar atau simpangan baku (*standart deviation*), ragam data (*variance*), selisih nilai tertinggi, dengan nilai terendah (*range*) nilai terendah (*minimum*), nilai tertinggi (*maximum*), dan lainnya (Riyanto & Andhita, 2020).

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk mengalilis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kebebasan dalam bekerja dan toleransi akan risiko terhadap minat berwirusaha dengan bantuan Smart PLS. Analisis deskriptif ditunjukkan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan data dari variabel independen berupa Bauran Pemasaran. Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisa data untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*) (Sugiyono (2019).

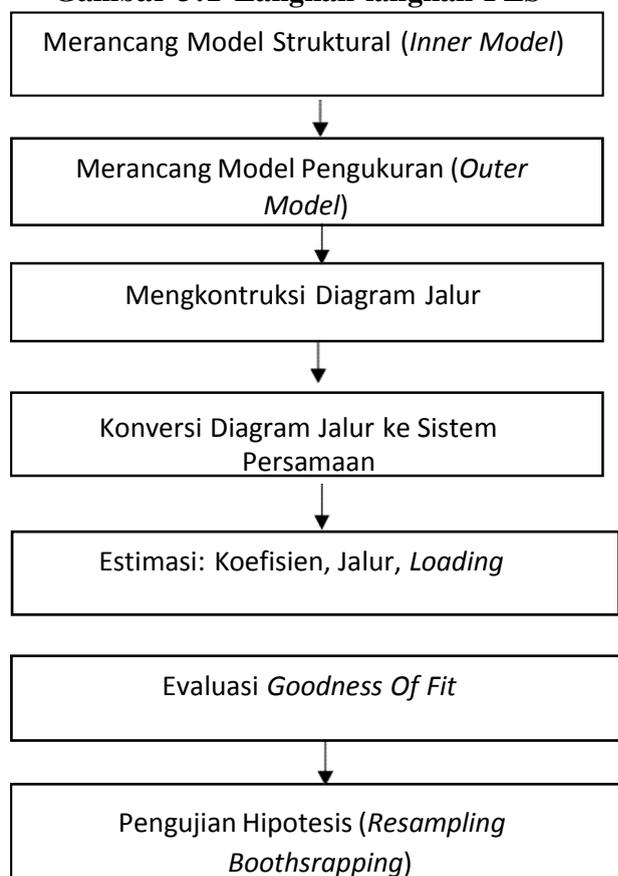
Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, statistic inferensial akan diuji untuk data sampel. Sehingga dapat mendeteksi Variabel X, Y, dan Z untuk menganalisis regresi berganda menggunakan software Smart PLS. Hal yang pertama dilakukan dalam melakukan teknik analisis data pada penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner. Setelah data terpenuhi, maka akan dilakukan analisis data. Analisis statistik yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui jawaban dari hipotesis yang telah dibuat. Kemudian, akan menghasilkan hasil apakah hipotesis diterima atau tidak dan

selanjutnya membuat kesimpulan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan alat analisis data yaitu PLS (*partial least square*).

III.4.2 Statistik Inferensial

Statistic inferensial adalah Teknik statistic yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Pada statistic inferensial terdapat statistic parametris dan non parametris. Peneliti menggunakan statistic non parametris dengan bantuan software Smart PLS Versi 3.0. berikut Langkah – langkah dari PLS (Sugiyono, 2019).

Gambar 3.1 Langkah-langkah PLS



Berikut ini merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam menggunakan software Smart PLS agar tercapai hasil yang efektif:

1. Merancang model struktural (*inner model*), model struktural dapat menjelaskan adanya suatu hubungan antar variabel. Rumusan masalah dan jawaban hipotesis telah diajukan oleh peneliti yang didukung oleh penelitian

terdahulu, analogi dan rasional dijadikan dasar dari adanya hubungan struktural variabel. Pada penelitian ini rumusan masalah dan hipotesis yang dibangun didasari oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan yang mempengaruhi Loyalitas (Y) dimediasi Kepuasan Pelanggan (Z).

2. Merancang model pengukuran (*outer model*), pada setiap indikator yang dipakai oleh peneliti memiliki hubungan dengan variabel terkait, hubungan tersebut dapat disebut dengan *outer model* atau model pengukuran. Sifat dari indikator dan dimensi yang dipakai oleh variabel tersebut menjadi dasar dalam pembentukan perencanaan model pengukuran.
3. Mengkonstruksi diagram jalur, langkah selanjutnya yaitu pembentukan diagram jalur sebagai gambaran hasil dari perhitungan *outer model* dan *inner model*. Dengan menggunakan gambar berupa diagram jalur, maka peneliti akan dapat dengan mudah untuk memahami hasil perhitungan dan perancangan yang sudah di proses.
4. Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan
 - a. Model persamaan dasar dari *outer model*, yaitu rincian hubungan variabel laten dengan indikatornya atau *outer relation* atau measurement model yang dapat mendefinisikan karakteristik konstruk dengan variabel manifestnya.
 - b. Model persamaan dasar dari *inner model*, yaitu perincian hubungan yang dimiliki variabel laten (*structural model*), atau *inner relation*, yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori penelitian.
5. Estimasi: Koefisien Jalur, Loading, & *Weight*

Perkiraan yang terdiri dari koefisien jalur keluaran setiap masalah loading factor setiap masalah, dan bobot setiap masalah akan diperuntukan untuk menentukan validitas dan reliabilitas penelitian. Nilai loading factor diuntukkan untuk melihat besarnya pengaruh factor terhadap variabel atau indicator.

Evaluasi *Goodness of Fit* evaluasi ini diukur dengan memanfaatkan R² variabel laten dependen dengan menggunakan interpretasi yang serupa

dengan regresi, serta Q^2 *predictive relevance* untuk menjelaskan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya.

- a. Uji Validitas, merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kesesuaian atau akurasi dari instrument penelitian. Uji validitas yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu, validitas convergent dan validitas discriminant.
 - b. Uji Reliabilitas, merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan konsistensi dan ketetapan instrument dalam mengukur konstruk. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu, dengan composite reliability dan cronbach's alpha.
6. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*), merupakan langkah untuk melengkapi bukti data-data guna membuat suatu keputusan ditolak atau diterima atas kebenaran dari hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji sebagai berikut:
- a. Uji R Square (Koefisien Determinasi), uji R square dilakukan guna mengetahui kesesuaian hubungan antara variabel independen dan dependen.
 - b. Uji Q Square (*Predictive Relevance*), merupakan teknik yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur seberapa baik nilai/skor observasi dari hasil sebuah model serta estimasi parameternya.
 - c. Uji t (Uji Koefisien Regresi Parsial), uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen.

III.4.3 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut (Sugiyono, 2019) dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total, bila korelasi r di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa butir. Salah satu jenis dari uji validitas yaitu validitas konstruk.

1. Uji Validitas model indikator atau dimensi reflektif, dapat dilakukan dengan menganalisis convergent validity atau discriminant validity. Berdasarkan uji convergent validity, loading factor serta AVE senilai 0,50 hingga 0,60 telah dinyatakan cukup, sedangkan berdasarkan uji discriminant validity terdapat nilai akar AVE harus lebih besar dari 0,50 (Ghozali, 2018).
2. Uji validitas model indikator atau dimensi formatif dilakukan dengan cara menganalisis nilai cross loading dimana ketentuannya nilai konstruk lebih besar dari 0,50 dapat dinyatakan valid. Selain itu dapat pula dianalisis menggunakan nilai VIF. Nilai VIF outer model dengan skor <5 , dapat dinyatakan konstruk telah valid atau layak dipertimbangkan ke analisis berikutnya.

Uji Validitas model indikator atau dimensi reflektif, dapat dilakukan dengan menganalisis convergent validity atau discriminant validity. Berdasarkan uji convergent validity, loading factor serta AVE senilai 0,50 hingga 0,60 telah dinyatakan cukup, sedangkan berdasarkan uji discriminant validity terdapat nilai akar AVE harus lebih besar dari 0,50 (Ghozali, 2018).

III.4.4 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (Konsisten). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,06 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal atau reliable. Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Koefisien cronbach's alpha merupakan statistic yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konstan dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2019).

Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang reliabel
>0,20 – 0,40	Agak reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat reliabel

Sumber: (Ghozali, 2018)

Uji reliabilitas untuk model indikator atau dimensi formatif dilakukan melalui nilai rata-rata outer weight. Jika nilai rata-rata outer weight $> 0,70$, maka dapat dinyatakan indikator atau dimensi tersebut memiliki reliabilitas yang baik.

III.4.5 Uji Hipotesis

Hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini adalah :

1. Uji R Square (Koefisien Determinasi), uji R square dilakukan guna mengetahui kesesuaian hubungan antara variabel independen dan dependen. Karena uji ini memiliki tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya nilai R Square bernilai 0 sampai 1. Sehingga dapat dikatakan semakin dekat dengan satu maka variabel independen (X) dikatakan mampu memberikan sebuah informasi untuk mendukung variabel dependen. Sebaliknya jika nilai R² kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas (Ghozali, 2016).
2. Uji Q Square (*Predictive Relevance*), uji *predictive relevance* (Q²) adalah teknik yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur seberapa baik nilai/skor observasi dari hasil sebuah model serta estimasi parameternya. Uji ini dapat dilakukan prosedur blind folding pada SmartPLS. Nilai Q² > 0 menyatakan bahwa model memiliki predictive relevance, sebaliknya jika nilai Q² < 0 artinya model kurang memiliki predictive relevance. Besaran Q Square memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$ artinya semakin mendekati nilai 1

maka dikatakan model semakin baik (Ghozali, 2018)

Uji t (Uji Koefisien Regresi Parsial), uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen. Atau dengan kata lain guna mengetahui dan menguji nilai signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dimana uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh terutama dari output tabel uji di PLS. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan yaitu, korean wave, brand ambassador, dan brand image. Sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji dengan suatu parameter ($\beta = 1$) sama dengan nol (Ghozali, 2018).

Pada penelitian ini, hasil dari uji t dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 : terdapat pengaruh langsung antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Uji hipotesis tersebut dapat diasumsikan dan dirumuskan sebagai berikut:
 $H_0: \beta_1 = 0$: Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
 $H_a: \beta_1 \neq 0$: Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
2. Hipotesis 2: terdapat pengaruh langsung antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan. Uji hipotesis tersebut dapat diasumsikan dan dirumuskan sebagai berikut :
 $H_0: \beta_2 = 0$: Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan
 $H_a: \beta_2 \neq 0$: Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan
3. Hipotesis 3: terdapat pengaruh langsung antara Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan. Uji hipotesis tersebut dapat diasumsikan dan dirumuskan sebagai berikut :
 $H_0: \beta_3 = 0$: Citra Perusahaan (X2) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
 $H_a: \beta_3 \neq 0$: Citra Perusahaan (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
4. Hipotesis 4: terdapat pengaruh langsung antara Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan. Uji hipotesis tersebut dapat diasumsikan dan dirumuskan sebagai berikut:
 $H_0: \beta_4 = 0$: Citra Perusahaan (X1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
 $H_a: \beta_4 \neq 0$: Citra Perusahaan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
5. Hipotesis 1 : terdapat pengaruh langsung antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Uji hipotesis tersebut dapat diasumsikan dan dirumuskan sebagai berikut:
 $H_0: \beta_5 = 0$: Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
 $H_a: \beta_5 \neq 0$: Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

6. Hipotesis 2: terdapat pengaruh langsung antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan. Uji hipotesis tersebut dapat diasumsikan dan dirumuskan sebagai berikut :
H0: $\beta_2 = 0$: Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan
Ha: $\neq 0$: Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan
7. Hipotesis 3: terdapat pengaruh langsung antara Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan. Uji hipotesis tersebut dapat diasumsikan dan dirumuskan sebagai berikut :
H0: $\beta_3 = 0$: Citra Perusahaan (X2) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
Ha: $\neq 0$: Citra Perusahaan (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
8. Hipotesis 4: terdapat pengaruh langsung antara Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan. Uji hipotesis tersebut dapat diasumsikan dan dirumuskan sebagai berikut:
H0: $\beta_3 = 0$: Citra Perusahaan (X2) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan
Ha: $\neq 0$: Citra Perusahaan (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan