

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini meneliti pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan *word of mouth* dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *word of mouth*. Responden penelitian diambil secara acak pada wilayah sekitar JNE Tomang yaitu perumahan penduduk pada radius $\pm$ 3 kilometer dari JNE Tomang, Komplek Pertokoan Roxy Mas, dan Universitas Trisakti (Grogol) pada tanggal 1-31 Desember 2013. Penelitian ditujukan kepada para pelanggan yang pernah menggunakan jasa pengiriman JNE pada kurun waktu Bulan Januari 2013-Desember 2013 dan pernah melakukan aktifitas *word of mouth* kepada orang lain.

3.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) atau yang sekarang disebut JNE Tomang, didirikan oleh H. Soeprapto Suparno (Direktur Utama) pada tanggal 26 November 1990. JNE Tomang adalah cikal bakal (JNE pertama yang didirikan) sekaligus merupakan kantor pusat JNE Indonesia yang juga melayani kegiatan pelayanan pengiriman barang ekspres. Pada mulanya JNE Tomang didirikan sebagai divisi dari PT Citra Van Titipan Kilat (TIKI) yang bergerak dalam bidang jasa kurir internasional. Saat pertama kali didirikan, perusahaan ini memulai bisnisnya dengan tenaga kerja sebanyak delapan karyawan dan modal usaha sebesar 100 juta rupiah. Usahanya terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantaran dari

luar negeri ke Indonesia. Melihat bahwa terdapat pasar yang menjanjikan dalam pasar domestik, JNE memulai untuk memusatkan perluasan usaha di pasar domestik, dengan memanfaatkan jaringan pendahulu sekaligus pemimpinnya, TIKI. Selama bertahun-tahun TIKI dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah sendiri, sehingga terjadi persaingan diantara mereka. Akhirnya JNE menjadi perusahaan sendiri dengan manajemen sendiri dan membuat logo sendiri yang berbeda dengan TIKI.

Berbagai prestasi dan penghargaan telah diraih JNE Tomang. Adikarya Pos (tahun 1998 & 2001), Satyalancana Wirakarya (2004 & 2009), Superbrands Indonesia (2005), Anugrah Produk Asli Indonesia (2008), dan Western Union Award (Pertumbuhan Transaksi Tertinggi & Pertumbuhan Penerimaan Tertinggi Tahun 2010) merupakan pencapaian penghargaan yang telah diraih JNE. Keandalan JNE Tomang juga dibuktikan dengan diperolehnya sertifikat ISO 9001:2000 atas jasa layanan yang diberikan pada tahun 2004 dan 2009, dan sertifikat ISO 9001:2008 pada tahun 2010. Saat ini JNE Tomang tidak hanya memusatkan kegiatannya di jasa pengiriman ekspres, JNE Tomang memperluas ke bidang usaha lainnya yaitu jasa pengiriman makanan khas daerah (PESONA), jasa kepabeanan, penjemputan di bandara, dan pengiriman uang / *money remittance* (*Western Union International*). Di akhir tahun 2012, JNE Tomang melakukan *spin off* divisi logistik, menjadi unit usaha sendiri yang terpisah dari unit kurir ekspres. Oleh karenanya, mulai tahun 2013, JNE Tomang akan lebih meningkatkan pelayanannya pada bidang pergudangan, *cargo*, pengiriman jalur darat, *sea freight*, dan *air freight*.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang analisisnya secara umum menggunakan analisis statistik. Karena menggunakan penelitian kuantitatif maka pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan terstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *conclusive research design*. Menurut Shukla (2008:54) *conclusive research design* dilakukan untuk menguji hipotesis atau meneliti hubungan-hubungan yang spesifik untuk membantu para peneliti dalam proses pengambilan keputusan. Ini dikarenakan hasil *conclusive research design* sebagian besar dapat dipercaya dan valid terhadap metode penelitian yang terstruktur dan analisis statistik yang rumit. *Conclusive research design* terdiri atas *descriptive research* dan *causal research*.

Menurut Shukla (2008:54), “A *descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristics of the variables of interest in a situation*”, penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan penjelasan dari variabel-variabel yang diteliti yaitu variabel bebas terdiri dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dan variabel terikat yang terdiri dari *word of mouth* pelanggan. Sedangkan *causal research* menurut Shukla (2008:46) “*is to provides answer to such questions by explaining which variables are the cause (independent variables) and which are the effect (dependent variables)*”, adalah untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan dengan menguraikan

variabel mana yang merupakan variabel terikat dan variabel mana yang merupakan variabel bebas (bagaimana antar variabel saling mempengaruhi).

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang dibagi ke dalam tiga jenis, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terikat. Variabel bebas di dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2).
2. Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang menjadi akibat atau nilainya dipengaruhi variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *word of mouth* (Y).
3. Variabel intervening (*intervening variable*) yaitu variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (X2).

Adapun operasionalisasi variabel beserta konsep dan dimensinya dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Nomor
X ₁ (<i>Service Quality</i>) Menurut Zeithalm et al (2009:111), kualitas	<i>Tangible</i> (berwujud)	1. Kebersihan Ruang 2. Penampilan Karyawan 3. Teknologi	Likert	1,2,3

elayanan adalah persepsi pelanggan terhadap hasil dari teknis pelayanan yang diberikan perusahaan, proses di dalam memberikan pelayanan, dan kualitas fisik sekitar dimana pelayanan diberikan		peralatan		
	<i>Reliability</i> (keandalan)	4. Memberikan layanan sesuai informasi yang dijanjikan 5. Kemampuan karyawan menyelesaikan masalah 6. Pelayanan yang minim kesalahan	Likert	4,5,6
	<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	7. Pelayanan yang cepat 8. Kesiadaan karyawan melayani pelanggan 9. Perilaku karyawan	Likert	7,8,9
	<i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian)	10. Kualitas karyawan 11. Sopan santun 12. Pengetahuan karyawan	Likert	10,11,12
X_2 (<i>Satisfaction</i>) Menurut Kotler dan Keller (2012:10): kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang performa yang dirasakan dari suatu produk terhadap ekspektasi (harapan) individu tersebut terhadap performa produk. Jika performa dirasa tidak mencukupi harapan	<i>Empathy</i> (empati)	13. Pelayanan yang berkesan di hati 14. Perhatian secara pribadi 15. Pelayanan tidak diskriminatif	Likert	13,14,15
	Atribut Produk	16. <i>Value price relationship</i> (hubungan antara nilai dengan harga) 17. <i>Product benefit</i> (keunggulan produk) 18. <i>Range of product</i> (ragam produk atau jasa)	Likert	16,17,18
	Atribut Pelayanan	19. <i>Guarantee</i> (garansi)	Likert	19,20,21

pelanggan, maka pelanggan akan tidak puas (kecewa), jika sesuai (pas) dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas, dan jika melebihi (melampaui) harapan maka pelanggan sangat puas (gembira)		20. <i>Complaint handling</i> (penanganan komplain) 21. <i>Resolution of problems</i> (solusi terhadap masalah)		
	Atribut Pembelian	22. <i>Communication</i> (komunikasi) 23. <i>Company reputation</i> (reputasi perusahaan) 24. <i>Company competence</i> (kompetensi perusahaan)	Likert	22,23,24
Y (<i>Word of Mouth</i>) Menurut Schiffman et al (2010:282), WOM adalah proses dimana seseorang (pemilik gagasan) memberikan informasi yang mempengaruhi tindakan atau sikap orang lain, dimana orang tersebut bisa berstatus sebagai si pencari informasi atau hanya penerima informasi	WOM Activity (aktifitas WOM)	25. Frekuensi menjelaskan 26. Membandingkan JNE dengan perusahaan lain 27. Menjelaskan JNE secara terperinci	Likert	25,26,27
	WOM Praise (pujian WOM)	28. Hanya menjelaskan hal baik tentang JNE 29. Kebanggaan menceritakan JNE 30. Merekomendasikan JNE	Likert	28,29,30

Sumber: Data diolah peneliti

3.3.1 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan kuesioner dimana pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah dengan menggunakan *likert scale*.

Menurut Malhotra & Peterson (2010:308) *likert scale* adalah skala pengukuran

pada kuesioner dengan 5 kategori respon dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, yang nantinya digunakan responden untuk menyatakan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan dari serangkaian pernyataan yang diberikan peneliti terkait dengan objek penelitian. Skala Likert yang digunakan:

Tabel 3.2
Bobot Nilai Pernyataan Kuesioner

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Biasa saja	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Maholtra (2010:308)

3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:61) 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. Populasi penelitian ini adalah populasi *infinite*. Populasi *infinite* adalah populasi yang jumlahnya tidak terbatas atau tidak diketahui. Alasan populasi dalam penelitian ini dikategorikan *infinite* adalah:

1. JNE Tomang tidak memiliki data mengenai jumlah pengunjung baik dalam kurun waktu harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan.

2. Sistem pencatatan jumlah pengunjung berdasarkan sistem tiket antrian elektronik. Pada dasarnya sistem ini memudahkan dan dapat digunakan sebagai metode penentuan populasi, namun menurut survei yang peneliti lakukan pada 9-15 September 2013, sistem ini memiliki kekurangan sehingga tidak dapat dijadikan sebagai alat penentuan populasi seperti banyak pengunjung yang hanya mengambil karcis antrian namun setelah melihat antrian yang panjang, pengunjung tersebut pergi meninggalkan lokasi. Beberapa dari pengunjung dengan sengaja maupun tidak sengaja mengambil lebih dari satu tiket antrian.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dari penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Pelanggan yang pernah menggunakan jasa JNE Tomang minimal 2 kali.
2. Pelanggan yang menggunakan jasa JNE Tomang pada kurun waktu Bulan Januari 2013 – Desember 2013.
3. Pelanggan yang pernah membicarakan (*word of mouth*) mengenai JNE Tomang kepada pihak lain (bisa keluarga, teman, kerabat, atau orang lain).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Singh (2006:90) *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memiliki karakteristik yaitu:

1. *There is no idea of population in non-probability sampling* (populasi tidak diketahui).
2. *There is no probability of selecting any individual* (setiap individu tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel).
3. *Non-probability sample has free distribution* (sampel terdistribusi bebas).
4. *The observations of non-probability sample are not used for generalization purpose* (observasi tidak digunakan untuk menyatakan keseluruhan objek yang diteliti).
5. *Non-parametric or non-inferential statistics are used in non probability sample* (non-parametric statistics digunakan sebagai metode analisis statistik).
6. *There is no risk for drawing conclusions from non-probability sample* (tidak ada resiko di dalam menggambarkan kesimpulan).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Shukla (2008:62) "*purposive sampling procedure is selecting respondents according to an experienced researcher's belief that they will meet the requirements of the study*", *purposive sampling* adalah pemilihan responden berdasarkan anggapan peneliti bahwa responden tersebut memiliki informasi atau prasyarat yang dibutuhkan untuk penelitian.

Berdasarkan rumus Roscoe (Sugiyono, 2012:74) mengenai ukuran sampel untuk penelitian adalah:

1. Ukuran yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sejumlah 150 responden. Menurut Teori Roscoe jumlah sampel ini telah memenuhi persyaratan sampel ideal yang harus dipenuhi dalam alat analisis regresi berganda jika jumlah populasi tidak diketahui dengan jelas yaitu ditentukan dari sepuluh kali jumlah variabel. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah tiga variabel sehingga jika dikalikan sepuluh maka minimal jumlah sampel yang harus diteliti adalah 30. Jadi, sampel berjumlah 150 orang yang diteliti oleh peneliti telah memenuhi syarat yang ditentukan minimal (Sugiyono, 2012: 74).

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan teknik survei. Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data antara lain data primer dan data sekunder. Data primer menurut Malhotra (2010:73) “*data originated by the researcher spesifically to address the research problem*”, adalah data yang bersumber dari peneliti yang secara spesifik berkenaan dengan masalah penelitian. Data primer di dalam penelitian ini diperoleh melalui pembagian kuesioner kepada responden yang diambil secara acak pada wilayah sekitar JNE Tomang yaitu perumahan penduduk pada radius ± 3 kilometer dari JNE Tomang, Komplek Pertokoan Roxy Mas, dan Universitas Trisakti (Grogol) pada tanggal 1 - 31 Desember 2013.

Data sekunder menurut Malhotra (2010:73) mendefinisikan “*data collected for some purpose other than the problem at hand*”, data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk suatu tujuan selain masalah yang diteliti. Data sekunder didapat peneliti dari proses pencarian melalui jaringan internet dan data yang diolah langsung oleh peneliti, seperti data *top brand index* yang diakses dari website www.topbrand-award.com dan data jumlah komplain pelanggan JNE dari website www.kaskus.co.id.

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Uji Instrumen

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:348), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) valid. Valid berarti

instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi, untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel maka kuesioner harus berisikan instrumen yang valid dan reliabel. Untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel, kuesioner akan diuji coba terlebih dahulu kepada 30 orang responden (sampel penelitian).

Pengujian validitas akan menggunakan *program SPSS 22.0*, dengan kriteria yang digunakan adalah (Muhidin dan Maman Abdurahman, 2011:47):

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (0,361) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Muhidin dan Maman Abdurahman (2011:37), suatu instrumen dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Jadi uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran (kuesioner) terhadap kelompok subjek yang sama (homogen) diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini, relatif sama berarti tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran.

Uji reliabilitas instrumen menggunakan *program SPSS 22.0*, dengan menggunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal atau reliabel bila memiliki koefisien keandalan atau alpha diatas 0,6.

3.6.2 Uji Asumsi Dasar

3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2012:75), uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data setiap variabel penelitian yang akan diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisisnya menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistic non-parametrik. Uji dilakukan dengan menggunakan SPSS 22.0 (*One sample Kolmogrov-Smirnov*) dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

3.6.2.2 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berbentuk linier atau tidak linier (Sugiyono, 2012:265). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian menggunakan SPSS 22.0 dengan

test for linearity dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sunyoto (2011:167), model regresi perlu diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residual mempunyai varians yang sama maka terjadi homoskedastisitas, dan sebaliknya, yaitu berbeda variannya maka terjadi heteroskedastisitas. Model yang terbaik tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas digunakan uji *Spearman's rho*, yaitu dengan mengkorelasikan nilai residual (*Unstandardized residual*) dengan masing-masing variabel. Uji *Spearman's rho* dilakukan dengan menggunakan *program SPSS 22.0*. Kriteria pengambilan keputusan, jika signifikansi korelasi kurang dari 0.05 maka pada model regresi terjadi masalah Heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisa Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2012:261). Analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan menggunakan *program SPSS 22.0* yang akan menghasilkan nilai (besaran) koefisien arah regresi dan persamaan regresinya.

3.6.5 Uji Hipotesis

3.6.5.1. Uji t (Regresi Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan masing-masing nilai koefisien regresi (b_1 dan b_2) secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen (Sunyoto, 2011:13). Rumus t hitung pada analisis regresi parsial adalah:

$$tb_i = \frac{b_i}{sb_i}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi variabel i

sb_i = Standar error variabel i

Atau pengujian uji t dilakukan dengan rumus (Muhidin dan Maman Abdurahman, 2011:139):

$$t = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel bebas

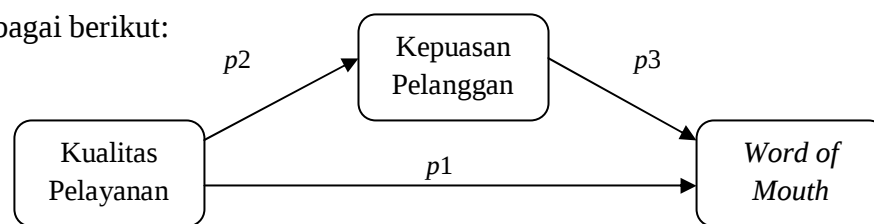
n = Jumlah data

Kriteria pengujian adalah variabel independen berdampak secara parsial terhadap variabel dependen, bila nilai p -value t -test $< 0,05$. Level of significance (α) = 5%.

3.6.6 Uji *Intervening* Variabel

Menurut Ghazali dalam Widodo et al (2011:34), suatu variabel disebut mediator atau variabel *intervening* jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel *predictor* (independen) dan variabel *criterion* (dependen). Untuk menguji pengaruh variabel *intervening* digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur tidak dapat menentukan hubungan sebab akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Analisis jalur digunakan untuk menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

Dalam penelitian ini, hubungan antara kualitas pelayanan dengan *word of mouth* di mediasi oleh kepuasan pelanggan, dengan model analisis jalur sebagai berikut:



Gambar 3.1
Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Sumber: Imam Ghazali dalam Widodo et al (2011:35)

Setiap nilai p pada gambar di atas menggambarkan jalur dan koefisien jalur. Berdasarkan model jalur pada Gambar 3.1 diajukan hubungan berdasarkan teori bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung

dengan WOM (p_1). Namun demikian, kualitas pelayanan mempunyai hubungan tidak langsung dengan WOM yaitu dari kualitas pelayanan ke kepuasan pelanggan (p_2) baru kemudian ke WOM (p_3). Total pengaruh hubungan dari kualitas pelayanan ke WOM (korelasi) sama dengan pengaruh langsung kualitas pelayanan ke WOM (koefisien *path* atau regresi p_1) ditambah pengaruh tidak langsung yaitu koefisien *path* dari kualitas pelayanan ke kepuasan pelanggan (p_2) dikalikan dengan koefisien *path* dari kepuasan pelanggan ke WOM (p_3), sebagaimana berikut ini:

Tabel 3.3
Koefisien Path Antar Variabel Langsung dan Tidak Langsung

Pengaruh langsung kualitas pelayanan ke WOM	= p_1
Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan ke kepuasan pelanggan lalu ke WOM	= $p_2 \times p_3$ +
Total pengaruh (korelasi kualitas pelayanan ke WOM)	= $p_1 + (p_2 \times p_3)$

Sumber: Data diolah peneliti

Selanjutnya, pengaruh mediasi yang dirunjukkan dengan perkalian koefisien ($p_2 \times p_3$) adalah signifikan atau tidak, akan diuji dengan uji Sobel untuk menghitung nilai *standar error* dari koefisien pengaruh tidak langsung tersebut, dengan rumus:

$$Sp_{2p3} = \sqrt{p_3^2 Sp^2 + p_2^2 Sp_{3^2} + Sp_{2^2} Sp_{3^2}}$$

Berdasarkan hasil perhitungan Sp_{2p3} tersebut, dihitung nilai t statistik untuk pengaruh mediasi dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{p_{2p3}}{Sp_{2p3}}$$

Jika hasil t hitung lebih besar dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien mediasi pengaruh tidak langsung ($p_2 \times p_3$) adalah signifikan yang menunjukkan adanya pengaruh mediasi. Dimana, nilai t tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ sebesar 1,65521.

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih dalam bentuk persentase (menunjukkan seberapa besar persentase keragaman y yang dijelaskan oleh keragaman x), atau dengan kata lain seberapa besar variabel independen dapat memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (Supangat 2008:350). Rumus untuk mencari koefisien determinasi:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

ryx_1 = Korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X_1 dan Y

ryx_2 = Korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X_2 dan Y

rx_1x_2 = Korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X_1 dan X_2