

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu kerangka kerja atau rencana yang digunakan untuk mengarahkan proses pengumpulan, pengolahan, serta analisis data dalam sebuah penelitian. Creswell (2014) menjelaskan bahwa desain penelitian deskriptif merupakan suatu pendekatan yang bertujuan menggambarkan karakteristik suatu fenomena atau hubungan antar variabel secara sistematis, faktual, dan akurat. Pendekatan kuantitatif dalam desain deskriptif memungkinkan peneliti melakukan pengukuran variabel secara objektif dan terstruktur menggunakan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Oleh karena itu, desain ini sangat tepat digunakan pada penelitian yang ingin mengeksplorasi pengaruh kesesuaian harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh *customer perceived value* di Triptophan Tour, karena mampu memberikan gambaran yang jelas dan terukur mengenai hubungan antar variabel tersebut.

Dalam penelitian ini, desain deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dipilih karena efektivitasnya dalam menghasilkan data yang valid dan reliabel mengenai persepsi pelanggan terhadap harga, nilai yang dirasakan, dan tingkat loyalitas mereka terhadap layanan Triptophan Tour. Pendekatan ini juga memudahkan pengujian hipotesis melalui analisis statistik yang terorganisir sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas. Selain itu, penerapan desain tersebut memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola dan tren dalam perilaku pelanggan yang sangat berperan dalam pengambilan keputusan strategis oleh pihak manajemen Triptophan Tour. Dengan demikian, penggunaan desain penelitian deskriptif kuantitatif merupakan pilihan yang sesuai dalam mencapai tujuan penelitian ini secara efektif dan efisien (Creswell, 2014).

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam sebuah penelitian merujuk pada keseluruhan objek atau subjek yang menjadi fokus kajian dan memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2020), populasi dapat diartikan sebagai kumpulan individu, objek, atau peristiwa yang memiliki satu atau beberapa karakteristik

serupa dan menjadi sasaran dalam penelitian. Populasi ini dapat bersifat terbatas atau tidak terbatas, tergantung pada apakah jumlah anggotanya dapat dihitung secara pasti atau tidak.

Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan objek adalah pelanggan Triptophan Tour yang telah melakukan pembelian minimal satu kali layanan dalam kurun waktu satu tahun terakhir, dengan total jumlah mencapai 2.034 orang. Populasi tersebut tergolong sebagai populasi terbatas karena jumlah anggotanya dapat diketahui secara pasti.

3.2.2 Sampel

Dalam penelitian ini, penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yang mana nilai-nilai parameter yang telah ditetapkan dimasukkan ke dalam formula berikut untuk memperoleh ukuran sampel yang representatif.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana n adalah ukuran sampel yang ingin dihitung, N merupakan jumlah populasi, dan e adalah margin of error yang ditetapkan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan berjumlah 2.034 individu, sedangkan margin of error diasumsikan sebesar 5% atau 0,05.

Langkah pertama adalah menghitung kuadrat dari margin of error:

$$e^2 = (0,05)^2 = 0,0025$$

Selanjutnya, kalikan jumlah populasi dengan kuadrat margin of error:

$$N \times e^2 = 2034 \times 0,0025 = 5,085$$

Kemudian, tambahkan angka 1 pada hasil perkalian tersebut:

$$1 + Ne^2 = 1 + 5,085 = 6,085$$

Setelah itu, bagi jumlah populasi dengan hasil penjumlahan tersebut untuk mendapatkan ukuran sampel:

$$n = \frac{2034}{6,085} \approx 334,5$$

Hasil perhitungan tersebut kemudian dibulatkan ke atas menjadi 335 individu. Dengan demikian, ukuran sampel yang bagi populasi sebanyak 2.034 orang dengan margin of error sebesar 5% adalah sebanyak 335 responden.

3.2.3 Teknik Sampling

Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan nonprobability sampling dengan penerapan teknik random sampling (Sugiyono, 2020). Teknik random sampling mengacu pada metode pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi bagian dari sampel (Sugiyono, 2020).

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya demi memenuhi tujuan penelitian tertentu. Menurut Sugiyono (2020), data primer adalah data yang diperoleh melalui proses observasi, wawancara, pengisian kuesioner, atau eksperimen yang dilaksanakan secara langsung oleh peneliti. Data ini bersifat orisinal dan sesuai dengan kebutuhan penelitian, sehingga memiliki validitas yang tinggi karena diperoleh langsung dari responden atau objek penelitian.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban responden atas kuesioner yang digunakan untuk mengukur persepsi mereka terkait kesesuaian harga, *customer perceived value*, dan loyalitas pelanggan pada Triptophan Tour. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya dan tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian saat ini. Data ini meliputi laporan perusahaan, data statistik, dokumen resmi, artikel, maupun hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik. Menurut Creswell (2014), data sekunder berperan sebagai pelengkap dan pendukung data primer sehingga dapat memperkuat analisis serta memberikan konteks yang lebih luas terhadap fenomena yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan untuk mendapatkan informasi tambahan terkait profil pelanggan, tren industri pariwisata, serta data historis yang berhubungan dengan layanan Triptophan Tour.

Selain itu, data sekunder dimanfaatkan sebagai pelengkap guna

memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendukung proses interpretasi hasil penelitian. Kombinasi antara data primer dan sekunder diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dalam konteks penelitian ini (Sugiyono, 2020).

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan konsep atau karakteristik yang memiliki variasi nilai dan dapat diukur atau diamati dalam suatu kajian ilmiah. Menurut Sugiyono (2020), variabel dibedakan menjadi beberapa tipe, yakni variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen), dan variabel mediasi. Variabel bebas adalah variabel yang berperan sebagai faktor penyebab perubahan pada variabel lain, sementara variabel terikat adalah variabel yang terpengaruh oleh variabel bebas tersebut. Selain itu, variabel mediasi berfungsi sebagai variabel perantara yang menjelaskan mekanisme hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel-variabel didefinisikan sebagai berikut:

Variabel Independen (X): Kesesuaian harga, kesesuaian harga merupakan persepsi pelanggan mengenai sejauh mana harga yang dibayarkan dinilai adil, wajar, dan sesuai dengan nilai manfaat yang diperoleh. Menurut Kotler & Keller (2016), harga yang dianggap tepat akan mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai nilai keseluruhan dari produk atau layanan yang diterimanya.

Variabel Mediasi (M): Customer perceived value, customer perceived value adalah penilaian total pelanggan terhadap manfaat yang diterima dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan (Yang & Peterson, 2004). Customer perceived value mencakup nilai fungsional, emosional, serta sosial yang dirasakan pelanggan selama menggunakan layanan. Variabel ini berperan sebagai mediator yang menghubungkan pengaruh kesesuaian harga terhadap loyalitas pelanggan.

Variabel Dependen (Y): Loyalitas pelanggan, loyalitas pelanggan mencerminkan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada pihak lain (Griffin, 2002). Loyalitas ini tercermin melalui niat pembelian ulang, rekomendasi positif kepada orang lain, serta resistensi terhadap perpindahan ke penyedia jasa lain.

3.4.1 Identifikasi Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator Utama	Item Pertanyaan
Kesesuaian Harga (X)	<i>"Price appropriateness is the degree to which a customer perceives the price of a product or service as fair and reasonable."</i> (Kotler & Keller, 2016). Persepsi pelanggan mengenai sejauh mana harga yang dibayarkan dianggap adil, wajar, dan sesuai dengan nilai yang diterima dari layanan yang diberikan.	1. Persepsi Keadilan Harga	1. Harga yang saya bayar untuk layanan Triptophan Tour sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang saya terima. 2. Saya merasa harga yang ditetapkan oleh Triptophan Tour adil dan wajar dibandingkan dengan layanan sejenis. 3. Harga yang saya bayar membuat saya merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan pengalaman wisata yang saya peroleh.
		2. Kepuasan Harga	1. Saya puas dengan harga yang saya bayarkan untuk layanan Triptophan Tour. 2. Harga yang dikenakan sesuai dengan ekspektasi saya terhadap layanan. 3. Harga yang saya bayar membuat saya merasa mendapatkan nilai yang baik.
		3. Perbandingan Harga	1. Harga Triptophan Tour lebih kompetitif dibandingkan dengan penyedia jasa wisata lain. 2. Saya merasa harga yang saya bayar memberikan

			keuntungan dibandingkan alternatif lain. 3. Harga yang ditawarkan Triptophan Tour lebih sesuai dibandingkan dengan layanan sejenis di pasar.
Customer Perceived Value (M)	<i>"Customer perceived value is the consumer's overall assessment of the utility of a product based on perceptions of what is received and what is given."</i> (Yang & Peterson, 2004). Penilaian keseluruhan pelanggan terhadap manfaat yang diterima dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. <i>Customer perceived value</i> mencakup nilai fungsional, emosional, dan sosial yang dirasakan pelanggan selama menggunakan layanan Triptophan Tour.	1. Nilai Fungsional	1. Saya merasa layanan Triptophan Tour memenuhi kebutuhan dan harapan saya secara fungsional. 2. Saya merasa produk dan jasa yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan dapat diandalkan. 3. Saya merasa layanan yang saya terima sesuai dengan janji yang diberikan oleh Triptophan Tour.
		2. Nilai Emosional	1. Saya merasa dihargai dan diperhatikan sebagai pelanggan oleh Triptophan Tour. 2. Layanan dari Triptophan Tour membuat saya merasa nyaman dan tenang selama perjalanan
		3. Nilai Sosial	1. Menggunakan layanan Triptophan Tour membuat saya merasa diterima dalam komunitas pelanggan yang sama. 2. Saya merasa bangga menggunakan layanan ini di antara teman dan keluarga.

Loyalitas Pelanggan (Y)	<i>"Loyalitas Pelanggan is a customer's willingness to continue doing business with a company and to recommend it to others."</i> (Griffin, 2002) Komitmen pelanggan untuk terus menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas mencerminkan niat pembelian ulang, rekomendasi positif, dan resistensi terhadap perpindahan ke penyedia jasa lain.	1. Niat Pembelian Ulang	1. Saya berniat untuk menggunakan layanan Triptophan Tour kembali di masa depan. 2. Saya akan terus memilih Triptophan Tour untuk kebutuhan wisata saya. 3. Saya berencana membeli layanan di Triptophan Tour lagi karena pengalaman yang memuaskan.
		2. Rekomendasi	1. Saya akan merekomendasikan Triptophan Tour kepada teman dan keluarga. 2. Saya sering membicarakan hal positif tentang Triptophan Tour kepada orang lain. . 3. Saya merasa nyaman dan percaya diri merekomendasikan layanan ini kepada orang lain.
		3. Resistensi terhadap Perpindahan	1. Saya enggan beralih ke penyedia jasa wisata lain meskipun ada tawaran harga yang lebih murah. 2. Saya merasa sulit untuk berpindah dari Triptophan Tour karena kualitas dan pelayanan yang saya terima. 3. Saya lebih memilih tetap menggunakan Triptophan Tour daripada mencoba penyedia jasa wisata lain

Sumber: (Data Olahan Peneliti, 2025)

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam pengumpulan data memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai. Validitas mengacu pada sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas berkaitan dengan konsistensi hasil pengukuran ketika dilakukan pengujian ulang pada kondisi yang serupa. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk menilai kelayakan butir pertanyaan dalam kuesioner, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal instrumen.

3.5.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini, validitas instrumen diuji menggunakan metode korelasi *Pearson* antara skor tiap item dalam kuesioner dan skor total keseluruhan instrumen. Sebuah item kuesioner dapat dinyatakan valid apabila koefisien korelasinya menunjukkan signifikansi terhadap skor total. Jika nilai r hitung sama dengan atau lebih besar dari r tabel (dengan uji dua sisi dan signifikansi 0,05 atau 5%), maka item tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya, untuk mengukur validitas tersebut, digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* yang diuraikan sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi Pearson, yang nilainya berkisar antara -1 hingga 1. Nilai ini menggambarkan tingkat kekuatan dan arah hubungan linier antara dua variabel.

n = Jumlah pasangan data atau observasi yang digunakan dalam perhitungan.

$\sum xy$ = Jumlah hasil perkalian antara nilai variabel x dan variabel y untuk setiap pasangan data.

$\sum x$ = Jumlah seluruh nilai variabel x pada semua observasi.

$\sum y$ = Jumlah seluruh nilai variabel y pada semua observasi.

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat setiap nilai variabel x .

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat setiap nilai variabel y .

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Harga yang saya bayar untuk layanan Triptophan Tour sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang saya terima.	.736	.361	VALID
2	Saya merasa harga yang ditetapkan oleh Triptophan Tour adil dan wajar dibandingkan dengan layanan sejenis.	.829	.361	VALID
3	Harga yang saya bayar membuat saya merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan pengalaman wisata yang saya peroleh.	.807	.361	VALID
4	Saya puas dengan harga yang saya bayarkan untuk layanan Triptophan Tour.	.796	.361	VALID
5	Harga yang dikenakan sesuai dengan ekspektasi saya terhadap layanan.	.825	.361	VALID
6	Harga yang saya bayar membuat saya merasa mendapatkan nilai yang baik.	.888	.361	VALID
7	Harga Triptophan Tour lebih kompetitif dibandingkan dengan penyedia jasa wisata lain.	.880	.361	VALID
8	Saya merasa harga yang saya bayar memberikan keuntungan dibandingkan alternatif lain.	.783	.361	VALID
9	Harga yang ditawarkan Triptophan Tour lebih sesuai dibandingkan dengan layanan sejenis di pasar.	.841	.361	VALID

Sumber: (Data Olahan Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel 3.2, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada instrumen penelitian telah memenuhi syarat validitas karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, yaitu melebihi angka 0,361. Koefisien korelasi tertinggi

yang diperoleh dalam analisis ini adalah 0,888, sedangkan koefisien terkecil mencapai 0,736. Dengan demikian, semua butir pertanyaan dalam instrumen ini dinyatakan valid dan layak digunakan untuk proses penelitian selanjutnya.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel M

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Saya merasa layanan Triptophan Tour memenuhi kebutuhan dan harapan saya secara fungsional.	.811	.361	VALID
2	Saya merasa produk dan jasa yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan dapat diandalkan	.470	.361	VALID
3	Saya merasa layanan yang saya terima sesuai dengan janji yang diberikan oleh Triptophan Tour.	.678	.361	VALID
4	Saya merasa dihargai dan diperhatikan sebagai pelanggan oleh Triptophan Tour.	.637	.361	VALID
5	Layanan dari Triptophan Tour membuat saya merasa nyaman dan tenang selama perjalanan	.575	.361	VALID
6	Menggunakan layanan Triptophan Tour membuat saya merasa diterima dalam komunitas pelanggan yang sama.	.734	.361	VALID
7	Saya merasa bangga menggunakan layanan ini di antara teman dan keluarga.	.792	.361	VALID

Sumber: (Data Olahan Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel 3.3, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada instrumen penelitian telah memenuhi ketentuan validitas, ditandai dengan nilai r hitung yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai r tabel, yakni melebihi angka 0,361. Dalam analisis ini, koefisien korelasi tertinggi yang tercatat sebesar 0,811, sementara koefisien korelasi terendah sebesar 0,470. Oleh karena itu, semua butir pertanyaan

dalam instrumen tersebut dinyatakan valid dan dapat dipergunakan untuk melanjutkan tahap penelitian berikutnya.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Saya berniat untuk menggunakan layanan Triptophan Tour kembali di masa depan.	.629	.361	VALID
2	Saya akan terus memilih Triptophan Tour untuk kebutuhan wisata saya.	.741	.361	VALID
3	Saya berencana membeli layanan di Triptophan Tour lagi karena pengalaman yang memuaskan.	.717	.361	VALID
4	Saya akan merekomendasikan Triptophan Tour kepada teman dan keluarga.	.735	.361	VALID
5	Saya sering membicarakan hal positif tentang Triptophan Tour kepada orang lain. .	.684	.361	VALID
6	Saya merasa nyaman dan percaya diri merekomendasikan layanan ini kepada orang lain.	.649	.361	VALID
7	Saya enggan beralih ke penyedia jasa wisata lain meskipun ada tawaran harga yang lebih murah.	.777	.361	VALID
8	Saya merasa sulit untuk berpindah dari Triptophan Tour karena kualitas dan pelayanan yang saya terima.	.686	.361	VALID
9	Saya lebih memilih tetap menggunakan Triptophan Tour daripada mencoba penyedia jasa wisata lain	.838	.361	VALID

Sumber: (Data Olahan Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel 3.4, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada

instrumen penelitian memenuhi persyaratan validitas, yang ditunjukkan dengan nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel, yaitu lebih dari 0,361. Nilai koefisien korelasi tertinggi yang diperoleh dalam analisis ini mencapai 0,838, sedangkan nilai koefisien korelasi terendah adalah 0,629. Dengan demikian, setiap butir pertanyaan dalam instrumen ini dinyatakan valid dan layak digunakan untuk tahap penelitian berikutnya.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan prosedur yang digunakan untuk mengukur konsistensi serta kestabilan suatu instrumen penelitian dalam menangkap variabel yang dikaji. Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2020), reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen mampu menghasilkan data yang konsisten dan dapat diandalkan ketika digunakan berulang kali pada kondisi yang serupa. Instrumen dengan tingkat reliabilitas yang baik akan menghasilkan pengukuran yang stabil dan tidak terpengaruh oleh faktor kebetulan atau kesalahan random, sehingga data yang diperoleh dapat dijadikan dasar analisis dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.

Dalam menentukan reliabilitas suatu instrumen, perbandingan dilakukan antara nilai Cronbach's alpha (α) yang diperoleh dengan nilai ambang minimal Cronbach's alpha (α). Menurut Ghazali (2016), instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai α lebih besar dari 0,70; sebaliknya, apabila nilai α kurang dari 0,70, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbac'h Alpha	Keterangan
X	.938	Reliabel
M	.796	Reliabel
Y	.878	Reliabel

Sumber: (Data Olahan Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel 3.5, dapat disimpulkan bahwa 25 butir pertanyaan dari variabel kesesuaian harga, *customer perceived value*, dan loyalitas pelanggan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi angka 0,70. Oleh karena itu, instrumen pengukuran tersebut dianggap reliabel dan tepat untuk digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif merupakan metode statistik yang berfungsi untuk menggambarkan, meringkas, serta menyajikan data secara sistematis sehingga memudahkan pemahaman terhadap karakteristik utama dari data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian kuantitatif, analisis deskriptif memiliki peran penting dalam mengenali pola dasar data sebelum dilakukan analisis lanjutan, dengan tujuan mengidentifikasi tren, kecenderungan, dan potensi anomali pada data tersebut. Oleh karena itu, analisis ini merupakan langkah awal yang penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh telah sesuai dan siap untuk dianalisis lebih lanjut.

Dalam konteks penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden serta variabel utama, yaitu kesesuaian harga, *customer perceived value*, dan loyalitas pelanggan. Penggunaan analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai persepsi pelanggan Triptophan Tour terhadap aspek-aspek terkait, sehingga mendapati distribusi dan kecenderungan data secara menyeluruh. Hal ini sangat penting agar peneliti dapat memahami kondisi sebenarnya di lapangan serta memastikan data yang terkumpul sudah representatif dan memenuhi asumsi dasar untuk analisis statistik berikutnya. Oleh sebab itu, analisis deskriptif menjadi fondasi penting dalam penelitian ini untuk mendukung validitas dan reliabilitas hasil yang diperoleh (Creswell, 2014). Untuk menghitung frekuensi persentase, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\%Total = \frac{Skor\ Aktual}{Skor\ Ideal} \times 100\%$$

Keterangan:

1. Skor aktual merupakan jumlah nilai dari seluruh item pernyataan yang diperoleh dari tanggapan responden dalam instrumen penelitian.
2. Skor ideal adalah nilai tertinggi yang diasumsikan jika responden memilih skor maksimum pada instrumen yang digunakan.

Hasil dari perhitungan ini kemudian diinterpretasikan menggunakan tabel berikut:

Tabel 3.6 Kategori Presentasi Skor Tanggapan Responden

No.	Kriteria	Keterangan
1.	20,0% - 36,00%	Sangat Rendah
2.	36,01% - 52,00%	Rendah
3.	52,01% - 68,00%	Cukup
4.	68,01% - 84,00%	Tinggi
5.	84,01% - 100,00%	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2019)

Tabel 3.6 di atas merupakan tabel kategori yang menjelaskan penyajian skor, di mana persentase dihitung dengan membagi total jumlah butir pernyataan dengan total frekuensi, kemudian mengalikan hasilnya dengan 100%. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh rentang nilai sebagai berikut:

1. Jumlah kumulatif terkecil adalah hasil perkalian skor minimal (1) dengan jumlah responden (335), yaitu 335.
2. Jumlah kumulatif terbesar didapat dari perkalian skor maksimal (5) dengan jumlah responden (335), yaitu 1.675.
3. Nilai persentase terkecil diperoleh dari pembagian jumlah kumulatif terkecil dengan jumlah kumulatif terbesar, dikalikan 100%, yakni $(335 : 1.675) \times 100\% = 20\%$.
4. Nilai persentase tertinggi adalah 100%, yaitu $(1.675 : 1.675) \times 100\%$.
5. Interval nilai dihitung dengan membagi selisih antara nilai persentase tertinggi dan terendah dengan jumlah kelas (5), sehingga diperoleh 16%.

Setelah frekuensi untuk tiap indikator diketahui, langkah berikutnya adalah membuat garis kontinum yang berfungsi untuk menganalisis masing-masing pernyataan indikator secara terpisah. Proses pengelompokan ini dilakukan berdasarkan klasifikasi, variabel, sub-variabel, atau dimensi, yang diukur dalam bentuk persentase berkisar antara 0% sampai 100%. Tahapan perhitungan ini mengikuti:

1. Nilai maksimum = skor tertinggi $\times$ jumlah item pernyataan $\times$ jumlah responden.

2. Nilai minimum = skor terendah $\times$ jumlah item pernyataan $\times$ jumlah responden.

Pembuatan skala interval dilakukan berdasarkan nilai maksimum dan minimum tersebut, untuk mempermudah klasifikasi interpretasi data pada berbagai kategori.

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Indeks Maks} - \text{Nilai Indeks Min}}{\sum \text{Kriteria Jawaban}}$$

Sehingga dapat ditentukan kategori skala pada garis kontinum sebagai berikut.

Sangat Rendah	Rendah	Cukup Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi

Gambar 3.1 Garis Kontinum

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

3.6.2 Analisis Verifikatif

A. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji validitas parameter yang dihasilkan oleh model penelitian sehingga dapat dipercaya. Pada penelitian ini, uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2019), uji normalitas diperlukan untuk menilai apakah model regresi yang digunakan memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Keputusan pengujian berdasarkan nilai signifikansi (p-value) adalah sebagai berikut: a) Jika nilai signifikansi (p-value) $> 0,05$, maka data dianggap berdistribusi normal. b) Jika nilai signifikansi (p-value) $< 0,05$, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengevaluasi ada tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Evaluasi ini dilakukan dengan mengamati nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) untuk masing-masing variabel independen. Kondisi bebas masalah multikolinieritas

dipenuhi jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 (Ghazali, 2016).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan varian residual antar pengamatan dalam model regresi linear. Pengujian ini merupakan bagian dari uji asumsi klasik yang perlu dilakukan sebelum analisis lebih lanjut. Apabila varian residual sama pada setiap pengamatan, model disebut homoskedastis, sedangkan jika varian tersebut berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Data yang ideal bersifat homogen, yaitu tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas, yang biasanya terlihat dari pola sebaran data yang acak. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini adalah:

- a) Nilai Sig. $> 0,05$ menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.
- b) Nilai Sig. $< 0,05$ menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

B. Uji Hipotesis

Penelitian ini melibatkan tiga variabel, salah satunya berperan sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis jalur (path analysis). Menurut Santoso (2014), analisis jalur merupakan pengembangan dari analisis regresi yang digunakan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui satu atau lebih variabel perantara.

Dalam penelitian ini, analisis jalur digunakan untuk memetakan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara langsung, serta melalui variabel mediasi sebagai jalur tidak langsung. Untuk memastikan keakuratan hasil, digunakan tiga jenis pengujian sesuai dengan alur hubungan yang telah ditetapkan, yaitu:

1. Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan langsung antara satu variabel independen dan variabel dependen.
2. Uji regresi linier berganda digunakan ketika hubungan yang diuji melibatkan lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen atau mediasi.
3. Uji Sobel digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi, sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut benar-

benar memediasi hubungan antara variabel independen dan dependen.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami secara komprehensif jalur pengaruh yang terjadi, baik pengaruh langsung maupun pengaruh yang dimediasi oleh variabel perantara, sehingga memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai hubungan antarvariabel dalam model penelitian.

1. Uji Regresi Linier

a). Uji Korelasi R Square (R²)

Uji R Square atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R² berada pada kisaran 0 hingga 1. Semakin besar nilai R², semakin besar pula proporsi perubahan pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model, sehingga kemampuan prediksi model dianggap lebih baik.

Menurut Sugiyono (2019), nilai R² berfungsi sebagai indikator kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang tinggi terhadap fenomena yang diteliti, sedangkan nilai yang mendekati 0 menandakan bahwa model hanya mampu menjelaskan fenomena tersebut dalam skala yang terbatas. Tingkat hubungan dapat dikelompokkan ke dalam kategori seperti yang ditunjukkan pada berikut.

Tabel 3. 7 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.19	Sangat Tidak Kuat
0.20 – 0.39	Tidak Kuat
0.40 – 0.59	Cukup Kuat
0.60 – 0.79	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019)

b). Uji T Parsial

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (independent variable) secara parsial terhadap variabel terikat (dependent variable). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t

tabel, atau dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) terhadap tingkat signifikansi yang telah ditentukan ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) H_0 diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$.
- b) H_a diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$.

Dengan uji t , peneliti dapat mengidentifikasi variabel bebas mana saja yang berkontribusi secara signifikan dalam menjelaskan variasi variabel terikat, sehingga hasil analisis menjadi lebih terarah dan tepat sasaran

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan:

- a) H_0 diterima jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05 \rightarrow$ tidak terdapat pengaruh simultan yang signifikan.
- b) H_a diterima jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ atau nilai Sig. $< 0,05 \rightarrow$ terdapat pengaruh simultan yang signifikan.

3. Menghitung Nilai Koefisien Korelasi

Analisis korelasi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengukur dan menggambarkan derajat hubungan linear antara dua variabel dengan skala rasio atau interval. Koefisien korelasi berfungsi sebagai indeks numerik yang menunjukkan arah dan kekuatan hubungan tersebut, dengan rentang nilai antara -1 hingga +1. Nilai koefisien yang positif menandakan adanya hubungan searah, di mana kenaikan pada satu variabel cenderung diikuti oleh kenaikan pada variabel lainnya. Sebaliknya, nilai koefisien yang negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah, di mana kenaikan pada satu variabel cenderung diikuti oleh penurunan pada variabel lainnya. Semakin mendekati angka ± 1 , semakin kuat hubungan antarvariabel, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan hubungan yang lemah atau tidak signifikan.

4. Menggambarkan Analisis Jalur

Langkah terakhir dari uji regresi dalam penelitian ini adalah membuat diagram jalur lengkap dan merumuskan persamaan struktural yang sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Berdasarkan rancangan hipotesis:

- a) Hipotesis 1 dan Hipotesis 3 diuji menggunakan Regresi Linier Sederhana.
- b) Hipotesis 2 diuji menggunakan Regresi Linier Berganda.
- c) Hipotesis 4 diuji menggunakan Uji Sobel untuk mengukur pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi.

5. Uji Sobel

Menurut Ghazali (2014), Uji Sobel digunakan untuk menguji apakah suatu variabel mediasi secara signifikan mampu menjembatani hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, Uji Sobel bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *customer perceived value* dapat secara signifikan memediasi hubungan antara Kesesuaian Harga dengan Loyalitas Pelanggan.

Perhitungan Uji Sobel dapat dilakukan secara manual maupun dengan bantuan aplikasi daring. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak *Calculation for The Sobel Test* untuk memperoleh hasil perhitungan.

Hasil Uji Sobel menghasilkan nilai M hitung dan nilai signifikansi (p-value). Suatu variabel mediasi dinyatakan signifikan jika memenuhi kriteria berikut:

- a) Nilai M hitung $>$ M tabel (dengan M tabel pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,96).
- b) Nilai signifikansi (p-value) $<$ 0,05.