



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Peneliti menggunakan sumber data yang berasal dari anggota salah satu komunitas virtual produk *smartphone* merek Blackberry di Indonesia yakni [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com). Komunitas ini beranggotakan sekitar 24.284 orang (14 Desember 2011) dimana 527 orang tercatat sebagai anggota yang aktif. Melalui situs resminya, komunitas ini mencatat dirinya sebagai salah satu dari komunitas pengguna Blackberry terbesar di Indonesia. Dalam komunitas ini anggota dapat melakukan posting mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan Blackberry. Selain postingan, anggota komunitas juga diberi ruang untuk memberi pendapat, komentar atau saran mengenai postingan tersebut.

Administrator dari komunitas Blackberry ini telah membagi konten dalam 8 topik besar, yakni *Blackberry Developer & Hybriders* dimana terdiri atas beberapa developer yang menyediakan penawaran aplikasi *games, themes dan hybrid*. Topik kedua adalah Blackberry general dimana semua hal yang berhubungan dengan komunitas Blackberry dan berita terbaru mengenai Blackberry. Topik ketiga adalah

shared *aplikasi*, *themes* dan *games* Blackberry. Berbeda dengan kelompok topik pertama, pada topik kedua ini lebih berupa forum shared aplikasi, *theme* dan *games* dari sesama anggota bukan dari developer. Kelompok topik yang keempat adalah forum tutorial dan tanya jawab mengenai Blackberry. Pada topik ini semua anggota dapat bertanya seputar permasalahan Blackberry, dan juga terdapat ruang untuk memberikan tips-tips atas permasalahan tersebut. Kelompok topik yang kelima adalah forum *operating system*. Pada topik ini, terdapat diskusi mengenai sistem operasi untuk semua jenis dan tipe Blackberry. Selanjutnya untuk tipe keenam adalah topik Blackberry *technical*, dimana terdapat diskusi mengenai diskusi mengenai *hardware*, *GPS*, *mapping*, *bluetooth* dan masalah teknis lainnya. Selanjutnya untuk topik ketujuh terdapat topik diskusi mengenai semua operator Blackberry Indonesia dimana terdiri atas beberapa merek operator Indonesia yang menyediakan layanan pendukung untuk Blackberry. Konten ini kemudian dibagi lagi dalam beberapa sub-grup sesuai dengan provider di Indonesia yakni Blackberry Telkomsel, Blackberry Indosat, Blackberry XL, Blackberry Axis, Blackberry Smart dan Blackberry 3. Kelompok topik yang terakhir adalah jual beli. Dalam konten diskusi ini berisi informasi mengenai anggota yang akan menjual atau membeli Blackberry dan jual beli umum yakni segala produk atau jasa non-Blackberry.

**Gambar 3.1 Layout website komunitas merek virtual**

[www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com)

**Komunitas BlackBer**

Welcome to the Komunitas BlackBerry Indonesia.

BLACKBERRY DEVELOPERS & HYBRIDERS		Last Post
for all developers Blackberry, Application, Games, Theme & Hybrid Maker (OS)		
 <b>APPLICATION DEVELOPERS</b> All Applications Developers	Threads: 9 Posts: 76	 Scripting <b>1</b> by zamni yuhenber 4 Weeks Ago
 <b>GAMES DEVELOPERS</b> All Games Developers	Threads: 1 Posts: 12	 BlackBerry Games Development... by rizqiarisandi 2 Weeks Ago
 <b>THEMES DEVELOPERS</b> (1 Viewing) All Theme Developers	Threads: 3 Posts: 30	 Theme VISTA For BB 83xx... <b>1</b> by syhasyimizar 3 Weeks Ago
 <b>HYBRID MAKERS</b> All Hybrid Developers	Threads: 4 Posts: 27	 sinHYBRID V4 9700 BASE 418 <b>1</b> by ojansoujaah 09-20-2011

Forum Komunitas BlackBerry General		Last Post
Semua hal yang berhubungan dengan Komunitas Blackberry dan Berita Terbaru Blackberry		
 <b>Peraturan dan Etika Posting</b> Penting ! Baca ini sebelum anda posting di forum ini	Threads: 3 Posts: 3	 bb 9530 ga bisa bbm <b>1</b> by anaelavin alvin 2 Weeks Ago
 <b>Ngobrol Yuk</b> Tempat ngobrol bareng untuk sesama user <b>Komunitas Blackberry Indonesia</b>	Threads: 5 Posts: 27	 Kenalan dolo <b>1</b> by ambengan_klick 1 Week Ago
 <b>Kritik dan Saran</b> Tempat untuk kritik, saran dan request feature ke moderator forum atau admin. cuman boleh buat kritik saran yang bersifat membangun dan request, selain itu di delete	Threads: 2 Posts: 8	 Perilaku pengguna Blackberry... <b>1</b> by viferium 07-22-2011
 <b>Kenalan yuk</b> Disini tempatnya mengenal untuk seluruh member baru di harap mengisi halaman ini dulu sebelum memulai posting	Threads: 1,004 Posts: 2,803	 Salam kenal master semua.... <b>1</b> by onellcomazza 1 Day Ago
 <b>Berita Terbaru BlackBerry</b> Berita terbaru tentang produk BlackBerry, termasuk model dan type yang baru di launching	Threads: 40 Posts: 256	 Leaked: Opera Mini 5 for OS... <b>1</b> by aly19 23 Hours Ago
 <b>Agenda Kegiatan</b> Punya agenda kegiatan yang berkaitan tentang BlackBerry dan ingin dipublikasikan ? silahkan posting kesini ya... GRATIS !	Threads: 20 Posts: 308	 Kuesioner Pemanfaatan BBM <b>1</b> by otong_cupu 4 Weeks Ago
 <b>BlackBerry Review</b> (1 Viewing) Review tentang blackberry oleh tim moderator dan user komunitas blackberry Pilhan. Disini anda dapat menemui review tentang software, hardware, dan aksesoris Blackberry	Threads: 2 Posts: 13	 POLIMER PROTECTIVE CASE by... <b>1</b> by cimbuai 06-08-2011

Forum Share Aplikasi / Theme / Games Blackberry		Last Post
Forum Untuk Share Aplikasi / Theme / Games Blackberry Gratis		
 <b>##REQUEST APPS/SERIAL/THEMES/GAMES##</b> ##Request disesuaikan dengan kondisi jika memang KBB.com bisa memberikannya, yang tidak bisa kita berikan maka tidak akan kami berikan##	Threads: 60 Posts: 660	 req licence FileScout 2.5.0.2 <b>1</b> by fharhye 6 Days Ago
 <b>Share Wallpaper Blackberry</b> Share all your wallpaper here, only for Blackberry	Threads: 12 Posts: 45	 Wallpapers 360 x 480 <b>1</b> by unoberrytorch 09-08-2011
 <b>Share Aplikasi Blackberry</b> (9 Viewing) Share Aplikasi Blackberry	Threads: 808 Posts: 25,364	 G.r.e.e.t.i.n.g C.a.r.d.s... <b>1</b> by ryanachmadbugis 3 Hours Ago
 <b>Share Theme Blackberry</b> (5 Viewing) Share Theme Blackberry	Threads: 670 Posts: 12,011	 free legend themes 8520 <b>1</b> by sandi prahara 2 Minutes Ago
 <b>Share Games Blackberry</b> (3 Viewing) Share Games Blackberry	Threads: 119 Posts: 2,220	 NEW GAME" angry farm " like... <b>1</b> by anggauyeecok 1 Day Ago
 <b>Share Ringtones</b> Thread Khusus Share Ringtones	Threads: 21 Posts: 389	 Sedikit Ringtones :) <b>1</b> by soulofnabil 1 Week Ago

Forum Tutorial & Tanya Jawab BlackBerry		Last Post
Tutorial / Tips & Trick dan Tanya Jawab Untuk BlackBerry Anda		
 <b>Tutorial / Tips &amp; Trick</b> (2 Viewing) Room Khusus Tutorial / Tips & Trick Seputar BlackBerry	Threads: 33 Posts: 2,007	 (ASK) Tips & Trik buar beli... by marshal electric 1 Week Ago
 <b>Tanya Jawab</b> Tanya Jawab Untuk semua permasalahan blackberry anda.	Threads: 126 Posts: 321	 (storm 1 9530) sering hang... by blackberrystorm 1 Hour Ago
 <b>Blackberry Tool's</b> Perengkapan Untuk BlackBerry Anda	Threads: 45 Posts: 885	 BB Hybrid Tools verse 2.3 by asepyadi2203 1 Week Ago

BlackBerry Technical		Last Post
 <b>Tip &amp; Trik BlackBerry</b> Seputar Tip dan trik penggunaan BlackBerry. Mau share silahkan POSTING DISINI	Threads: 162 Posts: 2,149	 autotext 50.000 kata by reffenreffn 2 Days Ago
 <b>Hardware &amp; Accessories</b> (1 Viewing) Diskusi tentang hardware BlackBerry dan aksesorisnya.. lcd, keypad, trackball, charger dan lain lain	Threads: 27 Posts: 89	 Chager STORM 9550 Odin by ...;BUNGA:... 07-21-2011
 <b>Tanya Jawab Seputar Software dan Aplikasi</b> Tanya jawab seputar Software dan Aplikasi	Threads: 74 Posts: 278	 Data yg sudah d hapus nongol... by myucha 3 Weeks Ago
 <b>GPS &amp; Mapping</b> Diskusi tentang GPS dan Mapping di BlackBerry	Threads: 29 Posts: 633	 BlackBerry GPS software .... by wak_labuuuu 1 Week Ago
 <b>WIFI &amp; Hot Spot</b> Diskusi tentang WIFI dan Hotspot di BlackBerry	Threads: 8 Posts: 45	 layanan wifi diblok di paket... by iwan_tjoe 06-15-2011
 <b>Bluetooth Connection</b> Diskusi tentang Bluetooth yang ada di BlackBerry	Threads: 4 Posts: 37	 Bluetooth Connection by akonmask 05-13-2011
 <b>RING TONE &amp; MP 3</b> Kumpulan Ring tone & MP 3 BlackBerry	Threads: 30 Posts: 1,801	 Playlist Mp3 lagu Barat by diank 06-04-2011

Forum Firmware / Operating System		Last Post
Forum Khusus Untuk Firmware / Operating System Terbaru		
 <b>Old Device Firmwares</b> Old Device Firmwares		
 <b>Firmware BlackBerry Type 8520</b> Tempat Share Firmware BlackBerry Terbaru untuk Type 8520 - Gemini	Threads: 33 Posts: 392	 [ HOT THREAD ] Kumpulan... by andei_csserasi 2 Days Ago
 <b>Firmware BlackBerry Type 89xx</b> Tempat Share Firmware BlackBerry Terbaru untuk type 89xx - Javelin	Threads: 43 Posts: 485	 [ HOT THREAD ] Kumpulan... by Aprian 3 Weeks Ago
 <b>Firmware BlackBerry Type 9000</b> Tempat Share Firmware BlackBerry Terbaru untuk type 9000 - Bold	Threads: 46 Posts: 795	 Leaked Firmware 5.0.0.1036... by danspram 1 Week Ago
 <b>Firmware BlackBerry Type 9100</b> Tempat Share Firmware BlackBerry Terbaru untuk type 9100 - Pearl	Threads: 7 Posts: 14	 Leaked OS 6.0.0.424 Pearl 3G... by ICOMPPEARLSMD 09-08-2011
 <b>Firmware BlackBerry Type 93xx</b> Tempat Share Firmware BlackBerry Terbaru untuk type 93xx - Curve 3G	Threads: 26 Posts: 43	 Official BlackBerry Bold... by davidavid 09-14-2011
 <b>Firmware BlackBerry Type 95xx</b> (2 Viewing) Tempat Share Firmware BlackBerry Terbaru untuk type 95xx - Storm	Threads: 54 Posts: 542	 [ HOT THREAD ] Kumpulan... by blackberrystorm 2 Days Ago
 <b>Firmware BlackBerry Type 96xx</b> Tempat Share Firmware BlackBerry Terbaru untuk type 96xx - Tour	Threads: 37 Posts: 112	 [ HOT THREAD ] Kumpulan... by Aprian 1 Day Ago

Operator Blackberry Indonesia		Last Post
 <b>BlackBerry Telkomsel</b> Diskusi tentang permasalahan Blackberry di Jaringan Telkomsel	Threads: 6 Posts: 46	 Paket BlackBerry Telkomsel by chimotarya 09-04-2011
 <b>BlackBerry Indosat</b> (1 Viewing) Diskusi tentang permasalahan Blackberry di Jaringan Indosat	Threads: 5 Posts: 47	 Cara Aktifasi Layanan... by cumamaulatlink 08-25-2011
 <b>BlackBerry XL</b> Diskusi tentang permasalahan Blackberry di Jaringan XL	Threads: 5 Posts: 93	 cara mengaktifkan BIS XL by rad_doncritz 11-08-2011
 <b>BlackBerry AXIS</b> Diskusi tentang permasalahan Blackberry di Jaringan AXIS	Threads: 9 Posts: 62	 Kecepatan Akses by adyyy 04-24-2011
 <b>BlackBerry Smart</b> Diskusi tentang permasalahan Blackberry di Jaringan Smart Telecom	Threads: 7 Posts: 16	 Paket BlackBerry Smart by inetryconydot 2 Weeks Ago
 <b>BlackBerry 3</b> Diskusi tentang permasalahan Blackberry di Jaringan 3	Threads: 2 Posts: 23	 Layanan BlackBerry 3 resmi... by Fearlessss 09-01-2011
 <b>BlackBerry AHA</b> (1 Viewing) Diskusi tentang permasalahan Blackberry di Jaringan AHA	Threads: 1 Posts: 1	 Paket BlackBerry AHA by A4win 06-29-2011

Jual Beli		Last Post
 <b>Jual Beli BlackBerry</b> Jual Beli BlackBerry beserta Aksesorisnya	Threads: 21 Posts: 39	 WTS : BB Huron 8830 Jogja ~... by sbmpingitjogja 3 Days Ago
 <b>Jual Beli Umum / Bukan BlackBerry</b> Anda punya produk/ jasa atau ingin cari produk/ jasa disini tempatnya silahkan posting iklan jual beli anda.	Threads: 57 Posts: 122	 {JUAL} Top2011 Universal... by rosesana 2 Days Ago

Sumber : [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com)

### 3.2. DESAIN PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik populasi atau menggambarkan hubungan antar variabel penelitian (Cooper & Schindler, 2001). Pengambilan informasi dari sampel dilakukan hanya sekali, hal ini berarti penelitian menggunakan desain *cross sectional* yang lebih sering digunakan pada penelitian deskriptif dibandingkan desain longitudinal (Malhotra, 2006).

Pengujian hipotesis akan didasarkan pada analisis terhadap data primer sebagai data yang dihimpun secara khusus untuk tujuan penelitian. (Aaker, Kumaray & Leone, 2011). Data tersebut dihimpun melalui survei, suatu metode untuk memperoleh informasi dari responden melalui kuesioner atau *interview* (Malhotra, 2006). Survei

merupakan metode yang cocok dipergunakan ketika peneliti hendak mengukur sikap, aktivitas, opini, atau kepercayaan dari responden (Christensen, Johnson & Turner, 2011).

Selain itu, pendekatan yang dilakukan dalam penelitian terhadap komunitas virtual Blackberry ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk melakukan pembuktian terhadap hipotesis yang telah disusun pada awal penelitian. Pada penelitian ini akan digunakan alat ukur statistik untuk menguji dan menganalisis data yang terdiri dari angka-angka numerik.

### **3.3 RUANG LINGKUP PENELITIAN**

*Sampling design process* terdiri dari lima tahap (Malhotra, 2006) yakni :

1. mendefinisikan populasi (*population*) yang akan diteliti
2. mengidentifikasi *sampling frame*
3. menentukan *sampling techniques*
4. menentukan *sampling size*
5. melaksanakan *sampling process*

#### **3.3.1 Populasi, Unit Sampel (*Population, Sampling Unit*)**

Populasi adalah semua elemen (anggota) atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan menjadi dasar untuk pengambilan kesimpulan (Malhotra, 2006). Dengan demikian, populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas merek virtual [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com) yang berjumlah

24.284 anggota. Pada kebanyakan penelitian, tidak dimungkinkan untuk mengikutsertakan semua populasi. Oleh karena itu sampel sebagai bagian dari populasi kemudian dipilih untuk mewakili populasi pada suatu penelitian (Meyers, Gamst & Guarino, 2006).

*Sampling unit* adalah unit dasar yang berisi elemen dari populasi yang diambil contohnya (Malhotra, 2006). Dengan demikian unit analisis dalam penelitian ini adalah anggota aktif (*active members*) komunitas virtual [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com). Konstak penelitian ini adalah partisipasi, kepercayaan dan loyalitas (Casalo, Flavian dan Guinaliu, 2007).

### **3.3.2 Sampling frame**

*Sampling frame* adalah daftar yang berisi semua elemen atau anggota atau *sampling unit* dari sebuah populasi yang akan diteliti (Malhotra, 2006). Dengan demikian *sampling frame* dari penelitian ini adalah [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com).

### **3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel (*Sampling Techniques*)**

*Sampling techniques* terdiri atas *probability sampling techniques* dan *non-probability sampling techniques* (Malhotra, 2006). Penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, yang merupakan salah satu tipe dari *probability sampling techniques*, dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik ini tepat digunakan jika semua anggota populasi memiliki karakteristik yang sama atau homogen.

### 3.3.4 Ukuran sampel (*sampling size*)

Jumlah sampel minimal untuk penelitian ini adalah sebanyak 80 orang dimana jumlah sampel harus lima kali jumlah indikator (Hair, 2006). Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 16 indikator sehingga jumlah sampel minimal adalah 80 orang.

### 3.3.5 *Sampling Process*

#### 3.3.5.1 Sumber dan cara pengumpulan data

Sumber data adalah darimana data tersebut diperoleh, dimana terbagi atas sumber primer dan sumber sekunder (Sugiyono, 2011). Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2011). Sumber data dari penelitian ini adalah sumber primer.

Cara pengumpulan data adalah teknik yang dilakukan dalam mengumpulkan data, dimana dapat dilakukan melalui *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, dilakukan pengumpulan data secara langsung melalui kuesioner *online* yang dibagikan kepada partisipan yang merupakan anggota komunitas [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com) dengan menggunakan media *e-mail* yang berisikan alamat kuesioner online, dimana setiap pernyataan yang diberikan terkait dengan

hubungan setiap komponen variabel bebas partisipasi (X), terhadap variabel intervening yakni kepercayaan terhadap produk Blackberry (Z) dan pengaruhnya pada variabel dependent atau variabel terikat yaitu loyalitas produk Blackberry (Y).

### 3.3.5.2 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara studi lapangan. Studi lapangan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara acak melalui *e-mail* atau postingan dalam komunitas virtual [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com), dimana dalam *e-mail* atau postingan tersebut berisi sebuah alamat *link* (<http://www.surveymonkey.com/s/RHZDTDK>) yang akan terhubung pada halaman web yang berisikan kuesioner. Selanjutnya responden akan mengisi jawabannya melalui halaman tersebut dengan menggunakan perangkat Blackberry atau komputer.

Langkah dalam proses pengambilan data ini, pada awalnya partisipan akan diberi penjelasan mengenai penelitian yang sedang dilakukan dan teknis pengisian kuesioner. Setelah partisipan memahami tujuan penelitian dan teknis pengisian kuesioner, partisipan dapat mengisi kuesioner yang telah disediakan secara online melalui halaman web yang telah disiapkan oleh peneliti.

### 3.3.5.3 Periode

Periode pengisian kuesioner adalah dua minggu (9 November – 23 November 2011) dan diperpanjang pada kondisi jumlah responden belum mencapai target jumlah sampel yang direncanakan.

## 3.4 IDENTIFIKASI VARIABEL

Variabel-variabel dari penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut.

### 3.4.1 Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2011). Variabel bebas dari penelitian ini adalah partisipasi (X)

### 3.4.2 Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011). Variabel terikat dari penelitian ini adalah loyalitas (Y)

### 3.4.3 Variabel intervening (*intervening variable*)

Variabel intervening (*intervening variable*) adalah variabel penyela/ antara yang terletak diantara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel

dependen (Sugiyono, 2011). Variabel intervening dalam penelitian ini Kepercayaan Terhadap Produk (Z).

### **3.5 DEFINISI OPERASIONAL**

Pada penelitian ini setiap variabel akan diukur dengan indikator-indikator sesuai dengan variabel yang bersangkutan agar tidak terjadi kesalahpahaman atau perbedaan persepsi dalam mendefinisikan variabel-variabel yang dianalisis.

#### **3.5.1 Variabel Bebas (X) : Partisipasi (*Participation*)**

Partisipasi yaitu kegiatan saling bertukar pengalaman dan informasi dalam komunitas serta adanya interaksi emosional di dalamnya (Koh dan Kim, 2004).

1. Usaha untuk mensimulasi aktifnya komunitas virtual [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com).
2. Motivasi untuk berpartisipasi aktif dalam komunitas virtual [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com).
3. Nilai informasi berupa postingan-postingan yang bermanfaat dalam komunitas virtual [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com).
4. Kemauan memberi tanggapan atau membalas postingan orang lain dalam komunitas [www.komunitasblackberry.com](http://www.komunitasblackberry.com) dengan senang hati.

Variabel ini diukur dengan tingkat kesetujuan responden atas setiap pertanyaan.

Tingkat pengukuran setuju dan tidak setuju diukur menggunakan skala likert 1 sampai 6, dimana semakin ke arah angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan jika

kearah 6 menunjukkan sangat setuju. Jika hasil dari pengukuran secara komprehensif lebih condong kearah angka 6 maka menunjukkan partisipasi yang tinggi di dalam komunitas, jika condong ke arah 1 maka terjadi partisipasi yang rendah di dalam komunitas tersebut.

### **3.5.2 Variabel intervening (Z) : Kepercayaan (*Trust*)**

Kepercayaan terhadap produk dalam hal ini adalah rasa percaya akan kompetensi dan kemampuan produk Blackberry dalam memenuhi kebutuhan para penggunanya. Menurut Ridings (2002) kepercayaan ini memiliki 3 dimensi yaitu kejujuran (*honesty*), kebajikan (*benevolence*) dan kompetensi (*competence*).

#### **3.5.2.1 Kejujuran (*Honesty*)**

Kejujuran adalah percaya pada kata-kata orang lain, percaya bahwa mereka akan menepati janjinya dan bersikap tulus (Ridings, 2002). Indikator untuk mengukur variabel kejujuran, meliputi:

1. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry memiliki komitmen yang tinggi dalam mengembangkan produk Blackberry
2. Kepercayaan bahwa informasi yang diberikan produsen Blackberry kepada konsumen adalah jujur
3. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry tidak akan merugikan konsumen dalam menggunakan produk-produk Blackberry yang dihasilkan.

Variabel kepercayaan terhadap produk dimensi kejujuran (*honesty*) pada produk Blackberry ini diukur dengan tingkat kesetujuan responden terhadap setiap

pernyataan. Tingkat pengukuran setuju dan tidak setuju diukur menggunakan skala likert 1 sampai 6, semakin ke arah angka 6 menunjukkan sangat setuju dan semakin ke arah angka 1 menunjukkan tidak setuju. Jika hasil dari pengukuran lebih condong ke arah angka 6 maka menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap produsen Blackberry tersebut, dan jika condong ke arah angka 1 maka adanya tingkat kepercayaan yang rendah terhadap produsen Blackberry.

### **3.5.2.2 Kebajikan (*Benevolence*)**

Kebajikan adalah suatu keyakinan dimana pihak lain bersedia untuk memberikan yang terbaik bagi suatu pihak (Ridings, 2002). Indikator untuk mengukur variabel kebajikan, meliputi :

1. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry memberikan manfaat bagi banyak orang
2. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry dapat memenuhi semua kebutuhan dan keinginan para konsumennya
3. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry selalu memperhitungkan semua dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap para konsumennya

Variabel kepercayaan terhadap produk dimensi kebajikan (*benevolence*) pada produk Blackberry ini diukur dengan tingkat kesetujuan responden terhadap setiap pernyataan. Tingkat pengukuran setuju dan tidak setuju diukur menggunakan skala

likert 1 sampai 6, semakin ke arah angka 6 menunjukkan sangat setuju dan semakin ke arah angka 1 menunjukkan tidak setuju. Jika hasil dari pengukuran lebih condong ke arah angka 6 maka menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap produsen Blackberry tersebut, dan jika condong ke arah angka 1 maka adanya tingkat kepercayaan yang rendah terhadap produsen Blackberry.

### 3.5.2.3 Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi adalah persepsi konsumen terhadap suatu pihak bahwa kemampuan yang dimiliki pihak tersebut mampu memenuhi kebutuhannya (Coulter dan Coulter, 2002). Indikator untuk mengukur variabel kompetensi, meliputi :

1. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry memiliki kemampuan yang baik untuk mengembangkan produk Blackberry
2. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry memiliki pengalaman dalam mengembangkan produk Blackberry
3. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry dalam mengembangkan produk Blackberry selalu disesuaikan dengan kebutuhan konsumen

Variabel kepercayaan terhadap produk dimensi kompetensi (*competence*) pada Blackberry ini diukur dengan tingkat kesetujuan responden terhadap setiap pernyataan. Tingkat pengukuran setuju dan tidak setuju diukur menggunakan skala interval 1 sampai 6, semakin ke arah angka 6 menunjukkan sangat setuju dan semakin ke arah angka 1 menunjukkan tidak setuju. Jika hasil dari pengukuran lebih condong ke arah angka 6 maka menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap

produsen Blackberry tersebut, dan jika condong ke arah angka 1 maka adanya tingkat kepercayaan yang rendah terhadap produsen Blackberry.

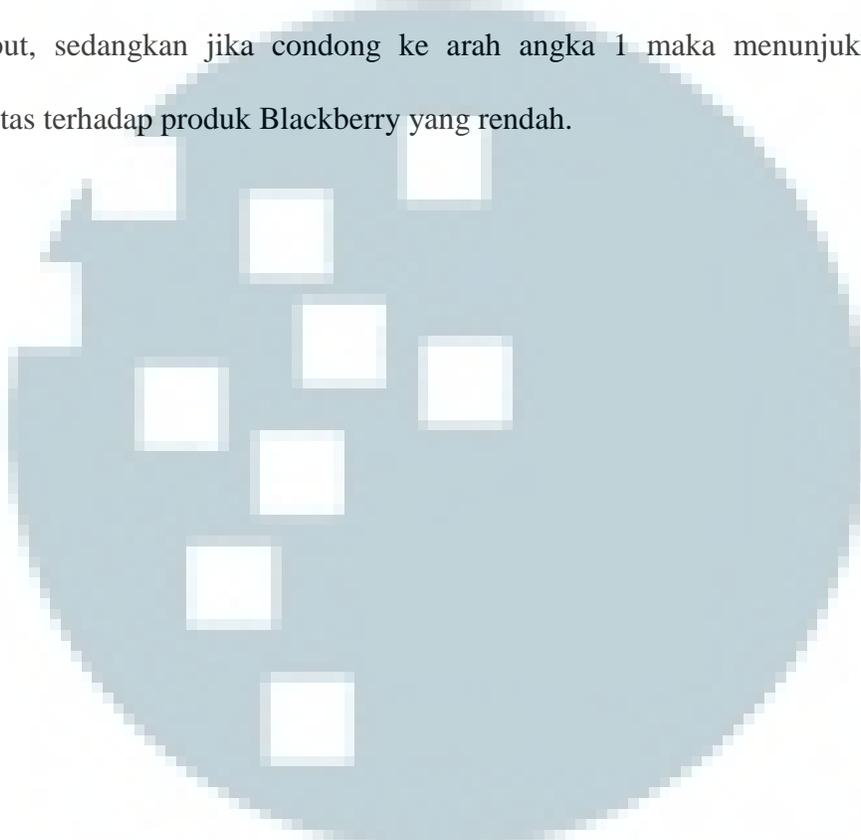
### **3.5.3 Variabel Terikat (Y) : Loyalitas (*Loyalty*)**

Loyalitas yaitu suatu komitmen mendalam untuk membeli dan mendukung kembali suatu produk atau jasa yang disukai dari suatu merek tertentu secara konsisten di masa mendatang dengan tidak menerima pengaruh-pengaruh situasional dan usaha-usaha pemasaran yang secara potensial dapat menyebabkan perubahan perilaku (Won, Kwang dan Minsung, 2011). Dalam variabel loyalitas ini, yang dimaksud peneliti adalah loyalitas kepada produk Blackberry. Indikator untuk mengukur variabel loyalitas, meliputi (Casalo, Flavian dan Guinaliu, 2007) :

1. pengguna Blackberry mempunyai komitmen untuk tetap menggunakan produk Blackberry di masa depan.
2. pengguna Blackberry berkemauan untuk mengetahui informasi-informasi mengenai produk Blackberry dalam hal pemenuhan kebutuhan di masa depan.
3. pengguna Blackberry berkomitmen untuk membeli lagi produk Blackberry di masa yang akan datang

Variabel loyalitas ini diukur dengan tingkat kesetujuan responden atas pernyataan yang dikemukakan. Tingkat pengukuran setuju dan tidak setuju diukur menggunakan skala interval 1 sampai 6, semakin ke arah 6 menunjukkan sangat setuju sedangkan semakin ke arah angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju atas

pernyataan tersebut. Jika hasil dari pengukuran secara komprehensif lebih condong ke arah angka 6 maka menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk tersebut, sedangkan jika condong ke arah angka 1 maka menunjukkan indikasi loyalitas terhadap produk Blackberry yang rendah.

The logo of Universitas Muhammadiyah Negeri Padang (UMMN) is a circular emblem with a stylized building facade inside, featuring several square windows. Below the emblem, the letters "UMMN" are written in a bold, blue, sans-serif font.

UMMN

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Teknik Penskalaan	Referensi
1.	<b>Partisipasi</b> ( <i>participation</i> )	Partisipasi yaitu kegiatan saling bertukar pengalaman dan informasi dalam komunitas serta adanya interaksi emosional di dalamnya (Koh dan Kim, 2004).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Stimulasi</b> (<i>stimulate</i>)</li> <li>2. <b>Motivasi</b> (<i>motivation</i>)</li> <li>3. <b>Nilai</b> (<i>value</i>)</li> <li>4. <b>Kemauan</b> (<i>excitement</i>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha untuk menstimulasi aktifnya komunitas virtual</li> <li>2. Motivasi untuk berpartisipasi aktif dalam komunitas virtual</li> <li>3. Nilai informasi berupa postingan-postingan yang bermanfaat dalam komunitas virtual</li> <li>4. Kemauan memberi tanggapan atau membalas postingan orang lain dalam komunitas dengan senang hati</li> </ol>	Likert 1 – 6	Koh, J dan Kim, D. (2004), "Knowledge sharing in virtual communities: an e-business perspective", <i>Expert Systems with Applications</i> , Vol.26, pp.155-66
2.	<b>Kepercayaan</b> ( <i>trust</i> )	<p>Suatu keyakinan bahwa pihak lain tidak akan mengambil keuntungan sendiri dalam suatu kesempatan untuk menguntungkan dirinya sendiri pada suatu situasi.</p> <p><b>1.Kejujuran</b> adalah percaya pada kata-kata orang lain, percaya bahwa mereka akan menepati janjinya dan bersikap tulus (Ridings, 2002).</p> <p><b>2. Kebajikan</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Kejujuran</b> (<i>honesty</i>)</li> <li>2. <b>Kebajikan</b> (<i>benevolence</i>)</li> <li>3. <b>Kompetensi</b> (<i>competence</i>)</li> </ol>	<p><b>1.Kejujuran</b> (<i>honesty</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepercayaan bahwa produsen Blackberry memiliki komitmen yang tinggi dalam mengembangkan produk Blackberry</li> <li>• Kepercayaan bahwa informasi yang diberikan produsen Blackberry kepada konsumen adalah jujur</li> <li>• Kepercayaan bahwa produsen Blackberry tidak akan merugikan konsumen dalam menggunakan produk-produk Blackberry yang dihasilkan</li> </ul>	Likert 1 – 6	<p>Coulter, K.S dan Coulter, R.A. (2002), "Determinants of trust in a service provider : the moderating role of lenth of relationship", <i>Journal of Services Marketing</i>, Vol.16 No.1, pp.35-50</p> <p>Ridings, C.M., Gefen, D. dan Arinze, B.(2002), "Some antecedents and effects of trust in virtual communities", <i>Journal of Strategic</i></p>

		<p>adalah suatu keyakinan dimana pihak lain mampu untuk memberikan yang terbaik bagi suatu pihak (Ridings, 2002).</p> <p><b>3. Kompetensi</b> adalah persepsi konsumen terhadap suatu pihak bahwa kemampuan yang dimiliki pihak tersebut mampu memenuhi kebutuhannya (Coulter dan Coulter, 2002).</p>		<p><b>2. Kebajikan (benevolence):</b></p> <p>4. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry memberikan manfaat bagi banyak orang</p> <p>5. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry dapat memenuhi semua kebutuhan dan keinginan para konsumennya</p> <p>6. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry selalu memperhitungkan semua dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap para konsumennya</p> <p><b>3. Kompetensi (competence)</b></p> <p>7. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry memiliki kemampuan yang baik untuk mengembangkan produk Blackberry</p> <p>8. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry memiliki pengalaman dalam mengembangkan produk Blackberry</p> <p>9. Kepercayaan bahwa produsen Blackberry dalam mengembangkan produk Blackberry selalu disesuaikan dengan kebutuhan konsumen</p>		<p><i>Information System</i>, Vol.11 Nos 3-4. pp.271-95</p>
3.	<b>Loyalitas (Loyalty)</b>	Loyalitas adalah suatu bentuk sikap yang menjelaskan bahwa seseorang sadar	<p><b>1. Komitmen (commitment)</b></p> <p><b>2. Informasi (Information)</b></p> <p><b>3. Penggunaan (Use)</b></p>	1. pengguna Blackberry mempunyai komitmen untuk tetap menggunakan	Likert 1 – 6	Won, M.H., Kwang, H.A., Minsung, K. (2011), "Building brand loyalty

		<p>bahwa terdapat “sesuatu” yang lebih baik di luar sana, tetapi tetap memilih produk, merek, atau perusahaan untuk digunakan sesuai dengan kebutuhan (Won, Kwang, dan Minsung, 2011)</p>		<p>produk Blackberry di masa depan.  2.pengguna Blackberry berkemauan untuk mengetahui informasi-informasi mengenai produk Blackberry dalam hal pemenuhan kebutuhan di masa depan.  3.pengguna Blackberry berkomitmen untuk membeli lagi produk Blackberry di masa yang akan datang</p>		<p>through managing brand community commitment”, <i>Management Decision</i>, Vol. 49 No.7, pp.1194-1213.</p> <p>Casalo,L, Flavian,C., dan Guinaliu,M.(2007).” The impact of participation in virtual brand communities on consumer trust and loyalty”, <i>Online Information Review</i>.Vol.31 No.6 pp.775-792.</p>
--	--	---	--	---	--	---

Sumber : Hasil Pengolahan Uji Pustaka, 2011

### 3.6 TEKNIK ANALISIS

#### 3.6.1 Uji Instrumen

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Apabila alat ukur yang dipakai tidak valid dan atau tidak dipercaya, maka hasil penelitian yang dilakukan tidak akan menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Dalam mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji keandalan (*test of reliability*) untuk menguji kesungguhan jawaban responden.

**a. Uji Validitas (*Test of Validity*)**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas berguna untuk menentukan seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurannya. Alat ukur validitas yang tinggi berarti varian kesalahan yang kecil, sehingga memberikan keyakinan bahwa data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya (Ghozali, 2006).

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Angka korelasi yang diperoleh secara statistik harus dibandingkan dengan kritik tabel korelasi nilai  $r$  untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n - 2$ . Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Dan sebaliknya bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian (Ghozali, 2006)

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 19.0 for windows.

**b. Uji Reliabilitas (*Test of Reliability*)**

Setelah dilakukan uji validitas atas pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan,

keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda (Ghozali, 2006). Uji keandalan dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan yang sudah valid.

Pengukuran terhadap reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan bantuan software *SPSS for windows 19,0* dimana suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha diatas 0,60 (Ghozali, 2006).

### **3.6.2 Uji Model**

#### **3.6.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

#### **3.6.2.2 Uji F**

Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2006).

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau :

$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$  (tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat)

$H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$  (ada pengaruh antara variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat)

Kriteria pengujian (Ghozali, 2006):

1. apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima
2. apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_A$  ditolak dan  $H_0$  diterima

Pengambilan keputusan berdasarkan probabilitasnya :

1. apabila probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima
2. apabila probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_A$  ditolak dan  $H_0$  diterima

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2006). Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak, adalah sebagai berikut (Ghozali, 2006) :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.6.3.2 Uji Linearitas**

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Model dibentuk berdasarkan tinjauan teoritis bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya adalah linear. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasi apakah sifat linear antar dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai dengan hasil observasi yang ada (Ghozali, 2006).

Dasar pengujian sifat linearitas antara variabel independen dan variabel dependen dapat diamati melalui *Scatter Plot Diagram* dengan tambahan garis regresi. Karena diagram pencar hanya menampilkan hubungan antara dua variabel, maka pengujian dilakukan secara berpasangan setiap dua variabel.

### **3.6.3.3 Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini

tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Suatu model regresi yang bebas multikolonieritas adalah mempunyai nilai *tolerance* lebih besar atau sama dengan 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari atau sama dengan 10 (Ghozali, 2006).

#### **3.6.3.4 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2006). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskesdastisitas atau tidak terjadi heteroskesdastisitas.

Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.6.4 Uji Hipotesis

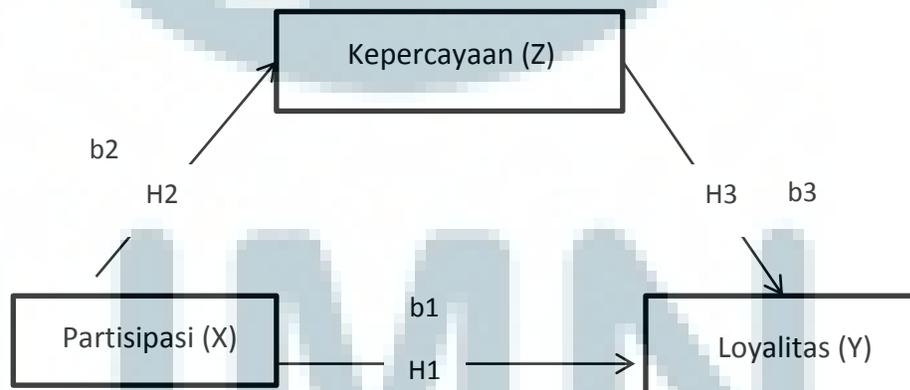
#### 3.6.4.1 Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara partisipasi dalam komunitas virtual terhadap kepercayaan dan implikasinya terhadap loyalitas merek Blackberry.

Dalam regresi linier berganda terdapat 3 variabel, yaitu :

- Variabel bebas (x), yaitu Partisipasi
- Variabel intervening (z), yaitu Kepercayaan
- Variabel terikat (y), yaitu Loyalitas

**Gambar 3.2 Model Penelitian**



Sumber : Casalo L, Flavian C. dan Miguel G. 2007. "The Impact Of Partisipation In Virtual Brand Communities On Consumer Trust And Loyalty" The Case Of Free Software. *Online Information Review*, 31 (6), Pp: 775 – 792

Berdasarkan model penelitian diatas, maka untuk menguji variabel tersebut digunakan analisa regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Z = b_2X + e_1$$

$$Y = b_1X + b_3Z + e_2$$

dimana:

Y = loyalitas

b1, b2, b3 = koefisien garis regresi

X = partisipasi

Z = kepercayaan

e = residual atau *prediction error*.

#### 3.6.4.2 Uji – t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2006):

1. Menentukan formasi  $H_0$  dan  $H_1$

$H_0$ :  $b_i = 0$ , berarti variabel independen bukan merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_A$ :  $b_i \neq 0$ , berarti variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Menggunakan angka signifikansi

Apabila angka signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima

Apabila angka signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_A$  ditolak dan  $H_0$  diterima

3. Menentukan kriteria pengujian

$H_0$  diterima apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

$H_A$  diterima apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

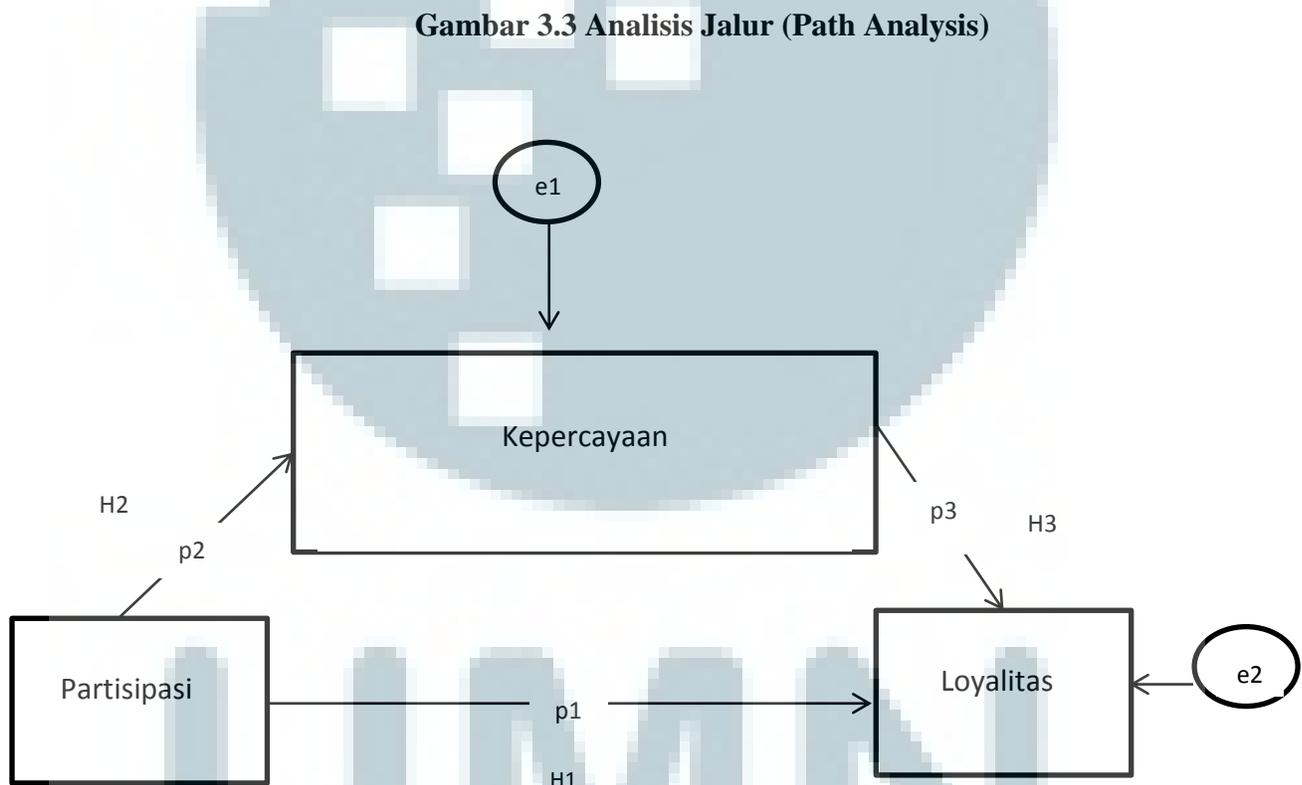
### 3.6.4.3 Uji Intervening

Variabel intervening merupakan variabel antara atau mediating, fungsinya memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2006). Untuk menguji pengaruh intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model causal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Apa yang dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

Diagram jalur memberikan secara eksplisit hubungan kausalitas antar variabel berdasarkan teori. Anak panah menunjukkan hubungan antar variabel. Model

bergerak dari kiri ke kanan dengan implikasi prioritas hubungan kausal variabel yang dekat ke sebelah kiri. Setiap nilai p menggambarkan jalur dan koefisien jalur.

Hubungan variabel partisipasi dalam komunitas virtual terhadap loyalitas merek Blackberry dimana dimediasi oleh variabel kepercayaan digambarkan dalam *path analysis* sebagai berikut :



Sumber : Casalo,L, Flavian,C., dan Guinaliu,M.(2007).”The impact of participation in virtual brand communities on consumer trust and loyalty”, *Online Information Review*.Vol.31 No.6 pp.775-792.

Berdasarkan gambar model jalur diajukan hubungan berdasarkan teori bahwa partisipasi mempunyai hubungan langsung dengan loyalitas (p1). Namun demikian

partisipasi mempunyai hubungan tidak langsung ke loyalitas yaitu dari partisipasi ke kepercayaan (p2) kemudian ke loyalitas (p3). Total pengaruh hubungan dari partisipasi ke loyalitas (korelasi partisipasi dan loyalitas) sama dengan pengaruh langsung partisipasi ke loyalitas (koefisien path atau regresi p1) di tambah pengaruh tidak langsung yaitu *koefisien path* dari partisipasi ke kepercayaan yaitu p2 dikalikan dengan *koefisien path* dari kepercayaan ke loyalitas yaitu p3.

Pengaruh langsung partisipasi ke loyalitas	= p1
Pengaruh tidak langsung partisipasi ke loyalitas	= p2 x p3
Total pengaruh (korelasi partisipasi ke loyalitas)	= p1 + (p2 x p3)

Anak panah dari e1 ke kepercayaan menunjukkan jumlah variance variabel kepercayaan yang tidak dijelaskan oleh variabel partisipasi. Besarnya nilai e1 dapat dihitung dengan rumus  $e1 = \sqrt{(1 - R^2)}$ . Sedangkan anak panah dari e2 menuju loyalitas menunjukkan variance loyalitas yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel partisipasi dan kepercayaan dan besarnya e2 dapat dihitung dengan rumus  $e2 = \sqrt{(1 - R^2)}$ .

Koefisien jalur adalah standardized koefisien regresi. Koefisien jalur dihitung dengan membuat persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dipotesiskan (Ghozali, 2006).