

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif bersifat kausalitas. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Paramita, et al, 2021). Penelitian kausalitas, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab-akibat) secara langsung maupun pengaruh (sebab-akibat) tidak langsung, melalui pengujian hipotesis (Duryadi, 2021). Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan *brand image* sebagai variabel intervening pada konsumen Motor Honda PCX.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan pada penelitian yang dilakukan adalah data primer dan data sekunder (Abdullah et al., 2021):

1. Data primer adalah data sebagai informasi pertama dikumpulkan sendiri yang bersumber dari seseorang atau hasil eksperimen dalam subjek penelitian (*first hand*). Data primer diperoleh dari jawaban pengisian kuesioner responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden, yaitu konsumen motor Honda PCX PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Antasari.
2. Data sekunder berupa data tertulis yang didapat secara tidak langsung melalui buku, dokumen, jurnal atau artikel yang terkait dengan topik penelitian (*second hand*). Data Sekunder diperoleh dari data penjualan motor Honda PCX PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Antasari.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*Library Research*) dan studi lapangan (*field research*) (Ibrahim et al., 2018).

1. Studi kepustakaan (*Library Research*) merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan) baik berupa buku, catatan maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan berkaitan dengan kualitas produk, harga, keputusan pembelian dan *brand image*.
2. Studi lapangan (*field research*) adalah teknik yang dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti melalui *formulir google* kepada responden, yaitu Konsumen Motor Honda PCX PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Antasari. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena tertentu di masyarakat (Abdullah et al., 2021). Adapun bentuk skala yang diajukan untuk menjawab pertanyaan pada penelitian ini, dapat dilihat melalui tabel 3.1.

**Tabel 3.1**

#### **Skala Pengukuran Likert**

<b>Poin</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Kode</b>
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Cukup Setuju	CS
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

Sumber: (Abdullah et al., 2021)

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Populasi tersebut akan menjadi sumber data penelitian. Populasi penelitian dapat dibedakan menjadi populasi dengan jumlah anggota yang sudah diketahui (*finit*) maupun yang jumlah anggota belum diketahui (*infinit*) (Amruddin, 2022). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen Honda PCX PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Antasari sebanyak 189 konsumen.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Abdullah et al., 2021).

Jenis *Non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh atau sering disebut juga sensus. Menurut sugiyono (2017:85) pengertian dari *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua populasi dijadikan sampel. Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh dari populasi yang diambil, yaitu seluruh konsumen motor Honda PCX PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Antasari dengan 189 konsumen.

### **3.5 Variabel Penelitian**

Variabel atau pengubah berarti sesuatu yang karakteristik atau nilainya berubah-ubah, berbeda-beda, atau bermacam-macam Suliyanto (2018).

#### **3.5.1 Variabel Eksogen**

Variabel eksogen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel endogen (terikat) (Amruddin, 2022). Variabel eksogen (bebas) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga.

#### **3.5.2 Variabel Intervening**

Variabel intervening merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen (bebas) dengan variabel endogen (terikat). Variabel intervening merupakan variabel penyela yang terletak diantara variabel eksogen (bebas) dengan variabel endogen (terikat), sehingga variabel variabel eksogen (bebas) tidak secara langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen (terikat) (Amruddin, 2022). Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah *brand image*.

#### **3.5.3 Variabel Endogen**

Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel eksogen (bebas) (Amruddin, 2022). Variabel endogen (terikat) yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

### 3.6. Definisi Operasional Variabel

Definisi oprasional variabel penelitian adalah suatu definisi konseptual, disertai indikator-indikator dan skala mengenai variabel yang dapat diamati (Anwar Sanusi, 2019).

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif  (Tjiptono, 2015).	Keputusan yang dilakukan oleh pengguna motor Honda PCX untuk memilih produk dalam bentuk tidak oleh konsumen guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya.	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran  Kotler & Armstrong, 2016)	Likert
Brand Image (Z)	<i>Brand image</i> merupakan tanggapan dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang digambarkan oleh asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen  (Keller & Kotler, 2012).	Persepsi citra tentang merek yang merupakan refleksi memori pelanggan akan asosiasinya pada <i>brand image</i> suatu produk.	1. <i>Strhengthness</i> (kekuatan) 2. <i>Uniqueness</i> (keunikan) 3. <i>Favorable</i> (kesukaan)  Kotler dan Keller dalam (Shinta, 2018)	Likert
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi daripada keinginan pelanggan.  (Kotler dan Keller, 2016)	Honda PCX mampu memenuhi kebutuhan konsumen/pelanggan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.	1. <i>Performance</i> (kinerja) 2. <i>Features</i> (fitur atau ciri-ciri tambahan) 3. <i>Confermance to Specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi) 4. <i>Durability</i> (daya tahan) 5. <i>Serviceability</i> (kenyaman) 6. <i>Esthetics</i> (Estetika) 7. <i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)  (Fandy Tjiptono, 2016)	Likert
Harga (X2)	Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa,  (Kotler dan Amstrong, 2014)	Harga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli motor Honda PCX.	1. Keterjangkauan harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk  Stanton dalam Tjiptono, (2015)	Likert

Sumber : Data Diolah 2024

### **3.7 Teknik Analisis Data**

#### **3.7.1 Analisis SEM**

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) menggunakan program aplikasi SmartPLS. Analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Solling Hamid, dan M Anwar, 2019). Analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan secara bersamaan dalam model kompleks yang terdiri dari beberapa konstruksi, variabel indikator, dan jalur struktural (Rahadi, 2023). Analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) terdiri dari dua tahap evaluasi model pengukuran yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

### **3.8 Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Model pengukuran (*outer model*) merupakan tahapan pertama dalam analisis *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM), untuk menguji validitas konstruk terdiri atas (validitas konvergen dan validitas diskriminan), serta uji reliabilitas (Solling Hamid, dan M Anwar, 2019).

#### **3.8.1 Uji Validitas Konstruk**

##### **1. Validitas Konvergen**

Menurut Abdillah dan Hartono (2015:195), validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. *Rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah:

- Outer Loading > 0.7
- Average Variance Extracted (AVE) > 0.5

## 2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi (Jogiyanto, 2011:71) dalam (Hamid & Anwar, 2019). Cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif adalah dengan melihat nilai *cross loading*. Nilai ini untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0,7. (Ghozali & Latan, 2015:74) dalam (Hamid & Anwar, 2019).

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Dalam PLS-SEM selain pengujian validitas juga dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Ghozali & Latan, 2015:74) dalam (Hamid & Anwar, 2019). Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability* dan *average variance extracted*. *Rule of Thumb* untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0.70. Menurut Chin (1998) nilai *composite reliability* dikatakan reliabel jika memiliki nilai diatas > 0.7, untuk *cronbach's alpha* dikatakan baik jika memiliki nilai diatas > 0.7, dan untuk nilai *average variance extracted* dikatakan baik jika memiliki nilai > 0.5.

### 3.9 Model Struktural (*Inner Model*)

*Inner model* merupakan model struktural, berdasarkan nilai koefisien jalur, melihat seberapa besar pengaruh antar variabel laten dengan perhitungan bootsraping. Evaluasinya dilakukan dengan melihat kriteria nilai *R-Square* dan nilai signifikansi (Hamid & Anwar, 2019). Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*) yaitu:

### 3.9.1 Uji *R-Square*

Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *R-Square* 0.75, 0.50, dan 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, moderate, dan lemah (Solling Hamid, dan M Anwar, 2019).

### 3.9.2 Uji Kelayakan Model (Model Fit)

Setelah yakin tidak ada lagi *offending estimate* dalam model, maka peneliti siap melakukan penilaian *overall model fit* dengan berbagai kriteria penilaian model fit. *Goodness of fit* mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya (matrik kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*). Ada tiga jenis ukuran *Goodness of fit* yaitu *absolute fit measure*, *incremental fit measures* dan *parsimonious fit measures*. Dalam suatu penelitian empiris, seorang peneliti tidak dituntut untuk memenuhi semua kriteria *goodness of fit*, akan tetapi tergantung dari *judgment* masing-masing peneliti. Penggunaan 4-5 kriteria *goodness of fit* dianggap sudah mencukupi untuk menilai kelayakan suatu model, asalkan masing-masing kriteria dari *goodness of fit* yaitu *absolute fit measure*, *incremental fit measures* dan *parsimonious fit measures* terwakili (Haryono, 2016).

#### 1. *Absolute Fit Measure*

*Absolut fit measures* mengukur model fit secara keseluruhan (baik model struktural maupun model pengukuran secara bersama). *Absolut fit measures* dalam penelitian ini yang terdiri dari *chi-square*, CMIN, CMIN/DF, *goodness of fit index* (GFI), *root mean square residual* (RMR) dan *root mean square error of approximation* (RMSEA).

##### a. *Chi-Square*

*Chi-square* digunakan untuk menguji seberapa dekat kecocokan antara matrik kovarian sampel *S* dengan matrik kovarian model. Jika nilai *Chi-square* lebih besar dari *Chi-square* kritis maka kita menolak hipotesis nol dan sebaliknya jika nilai *Chi-square* lebih



kecil dari *Chi-square* kritisnya maka kita menerima hipotesis nol. Atau kita bisa menerima atau menolak hipotesis nol dengan membandingkan antara p-value dengan besarnya  $\alpha$  yaitu derajat kepercayaan yang kita pilih. Jika nilai p-value lebih kecil dari  $\alpha$  maka kita menolak hipotesis nol dan sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari  $\alpha$  maka kita menerima hipotesis nol. Jika kita menerima hipotesis nol atau menolak hipotesis alternatif berarti kita bisa menyimpulkan bahwa tidak ada perbedaan antara sampel dan matrik kovarian. Artinya model yang kita pilih layak. Sedangkan bila kita menolak hipotesis nol atau menerima hipotesis alternatif maka model tidak layak

**b. CMIN**

CMIN Adalah menggambarkan perbedaan antara *unrestricted sample covariance matrix* dan *restricted covariance matrix* atau secara esensi menggambarkan *like lihood ratio test statistic* yang umumnya dinyatakan dalam *Chi-square* statistics. Nilai statistik ini sama dengan  $(N-1) F_{min}$  (ukuran besar sampel dikurangi 1 dan dikalikan dengan minimum *fit function*). Jadi nilai *Chi-square* sangat sensitif terhadap besarnya sampel. Ada kecenderungan nilai *Chi-square* akan selalu signifikan. Oleh karena itu, jika nilai *Chi-square* signifikan, maka dianjurkan untuk mengabaikannya dan melihat ukuran *goodness fit* lainnya. Nilai statistik *Chi-square* atau CMIN relatif kecil dan derajat bebas relatif besar berarti secara statistik tidak ada perbedaan signifikan antara dua matriks kovarian, sehingga teori yang diusulkan dalam hipotesis terdukung bahwa ada kesesuaian antara model dan data yang sebenarnya digunakan dalam model penelitian.

**c. CMIN/DF**

CMIN/DF adalah nilai *Chi-square* dibagi dengan *degree of freedom*. Ratio ukuran ini untuk mengukur fit. Nilai ratio 5 (lima) atau kurang dari lima merupakan ukuran yang baik. Berarti, secara statistik ada

kesesuaian antara model penelitian yang diusulkan berdasarkan pengembangan hipotesis dan data sampel yang digunakan.

**d. *Goodness Of Fit Index (GFI)***

*Goodness of fit index (GFI)* merupakan ukuran non statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1.0 (*perfect fit*). Jika nilai indeks GFI berada di atas 0,90, model penelitian dikatakan dalam kategori baik, tetapi beberapa penelitian lain berpendapat bahwa nilai indeks GFI di atas 0,95 sebaiknya digunakan untuk mendapatkan model penelitian fit, dalam kategori lebih baik. Nilai di atas standar demikian menunjukkan bahwa model penelitian yang diusulkan berdasarkan pengembangan hipotesis bersesuaian dengan data sampel yang digunakan dalam model *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*

**e. *Root Mean Square Residual (RMR)***

*Root mean square residual (RMR)* merupakan salah satu pengukuran indeks model *fit absolut*, yang mencerminkan nilai rata-rata residu dalam memprediksi kesalahan pengukuran dipengaruhi oleh skala indikator pengukuran atau skala kovarian indikator. Nilai indeks *root mean square residual (RMR)* pada penelitian ini dikatakan dalam kategori baik, jika nilainya berada di bawah 0,05. Berarti, model penelitian yang diusulkan berdasarkan pengembangan hipotesis bersesuaian dengan data sampel yang digunakan dalam model *partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*.

**f. *Root Mean Square Error Of Approximation (RMSEA)***

*Root mean square error of approximation (RMSEA)* merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistic chi-square menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai *root mean square error of approximation (RMSEA)* antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima. Hasil uji empiris *root mean square error of approximation (RMSEA)* cocok untuk menguji

model konfirmatori atau *competing model strategy* dengan jumlah sampel besar. Jika nilai indeks *root mean square error of approximation* (RMSEA) berada  $\leq 0,07$ , maka indeks ini dalam kategori baik, walaupun ada standar indeks RMSEA berada  $\leq 0,08$ , tergantung dari penggunaan jumlah sampel dan jumlah indikator yang diukur. Penelitian ini menggunakan standar *root mean square error of approximation* (RMSEA  $\leq 0,07$  karena jumlah sampel yang digunakan dalam model penelitian ini di atas 500 dan jumlah variabel atau indikator yang terukur di atas 30. Jika nilai indeks *root mean square error of approximation* (RMSEA ini sebesar 0,00, berarti indeks ini dalam kategori sempurna atau *exact fit*.

## **2. Incremental Fit Measures**

*Incremental fit measures* ukuran untuk membandingkan proposed model dengan model lain yang dispesifikasi oleh peneliti. *Incremental fit measures* dalam penelitian ini yang terdiri dari *normed fit index* (NFI) dan *comparative fit index* (CFI).

### **a. Normed Fit Index (NFI)**

*Normed fit index* (NFI) merupakan salah satu indeks *incremental fit* yang menggambarkan rasio perbedaan nilai *chi-square* model fit dan model null dibagi dengan nilai *chi-square* untuk model null. Nilai indeks ini berada di atas 0,95, dikatakan dalam kategori baik. Berarti, model estimasi parameter pada model *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) ini tepat dalam mengestimasi kesesuaian antara model penelitian yang dikembangkan berdasarkan hipotesis dan data sampel yang digunakan.

### **b. Comparative Fit Index (CFI)**

*Comparative fit index* (CFI) merupakan salah satu indeks *incremental fit* yang merupakan versi perbaikan atas indeks *normed fit index* (NFI). Indeks ini juga paling banyak digunakan diantara indeks yang paling banyak digunakan. Nilai indeks ini berada dalam kategori fit

sempurna, jika bernilai indeks 1,000, melebihi standar 0,95, walaupun pendapat lain mengusulkan di atas 0,90 dikatakan baik. Jika nilai indeks ini mendekati nilai 1,000, dikatakan dalam kategori sangat baik. Nilai indeks ini mengimplikasikan bahwa model estimasi parameter pada model *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) ini sangat tepat dalam mengestimasi kesesuaian antara model penelitian yang dikembangkan berdasarkan hipotesis dan data sampel yang digunakan.

### **3. Parsimonious Fit Measures**

*Parsimonious fit measures* melakukan adjustment terhadap pengukuran fit untuk dapat diperbandingkan antar model dengan jumlah koefisien yang berbeda. *Parsimonious fit measures* dalam penelitian ini *adjusted goodness of fit index* (AFGI). *Adjusted goodness of fit index* (AFGI) menjelaskan derajat bebas dari kompleksitas model, dengan menyesuaikan nilai indeks *goodness of fit index* (GFI) melalui rasio derajat bebas yang digunakan dalam model terhadap total derajat bebas yang tersedia. Nilai *adjusted goodness of fit index* (AFGI) seharusnya lebih rendah dari nilai *goodness of fit index* (GFI) dan sebaiknya mendekati nilai 1,000 atau di atas 0,90, dikatakan dalam kategori baik. Nilai indeks ini menunjukkan bahwa model estimasi parameter pada model *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) tepat dalam mengestimasi kesesuaian antara model penelitian yang dikembangkan dalam hipotesis dan data sampel yang digunakan.

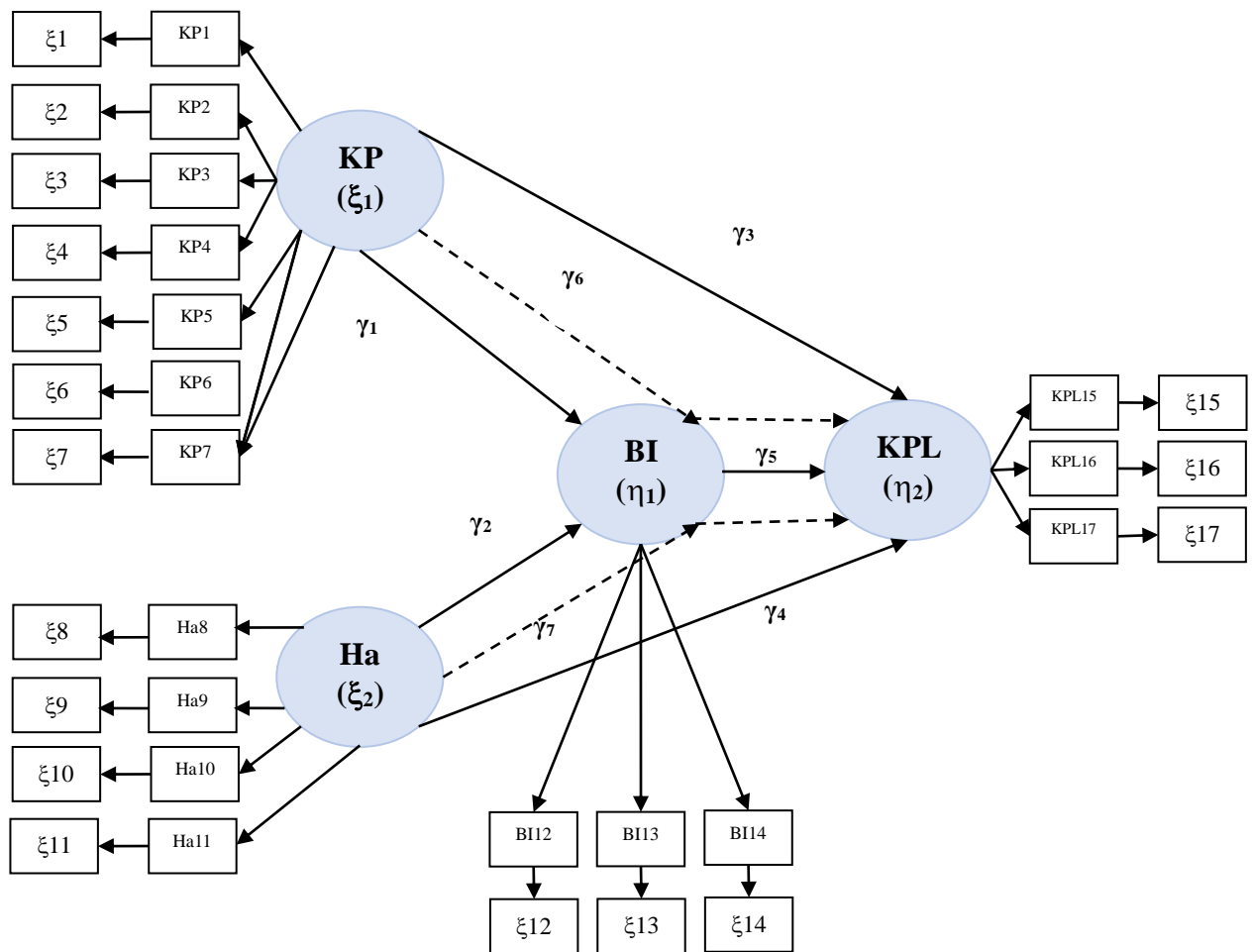
**Tabel 3.3**  
**Indikator Indeks Goodness Of Fit Model Penelitian**

Indeks Model Fit	Nilai Model Fit Yang Direkomendasikan
<b>Absolute Fit</b>	
<i>Chi-square</i> (X <sup>2</sup> atau CMIN)	Realtif Kecil
<i>Degrees of freedom</i> (DF)	Besar
<i>Normed Chi-square</i> (X <sup>2</sup> /df; atau CMIN/DF)	≤ 5,00
<i>Goodness of fit index</i> (GFI)	> 0,90
<i>Root mean square residual</i> (RMR)	< 0,05
<i>Root mean square error of approximation</i> (RMSEA)	< 0,07
<b>Incremental Fit</b>	
<i>Normed fit index</i> (NFI)	> 0,95
<i>Comparative fit index</i> (CFI)	> 0,95
<b>Parsimonious fit measures</b>	
<i>Adjusted goodness of fit index</i> (AFGI)	> 0,90

Sumber: Data Diolah, 2023

### 3.9.3 Uji Hipotesis

Selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Pengujian dilakukan terhadap 7 hipotesis yang diajukan. Metode *bootstrapping* digunakan untuk mendapatkan hasil nilai *t-statistic* yang akan digunakan untuk menguji setiap hipotesis. Jika nilai *t-statistic* yang dihasilkan < nilai *t-table two tailed* dan nilai *p-values* > 0,05 artinya adalah Ho diterima dan Ha ditolak, jika nilai *t-statistic* yang dihasilkan > nilai *t-table two tailed* dan nilai *p-values* < 0,05 artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Adapun Model Persamaan struktural *full* atau *hybrid* yang dibentuk dari variabel-variabel laten pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar Gambar 3.1 sebagai berikut:



**Gambar 3.1**

**Diagram Persamaan Model Struktural *Full* atau *Hybrid***

Berdasarkan gambar 3.1 di atas, maka dapat dinyatakan dalam persamaan model struktural sebagai berikut :

1. Model Struktural :  $\eta_1$  (BI) =  $\gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \zeta_1$
2. Model Struktural :  $\eta_2$  (KPL) =  $\beta_1 \eta_1 + \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \zeta_2$

**STRUCTURAL EQUATIONS**

**BI =  $\gamma_1$  KP +  $\gamma_2$  Ha +  $\zeta_1$**

**KPL =  $\beta_1$  BI +  $\gamma_1$  KP +  $\gamma_2$  H +  $\zeta_2$**

Keterangan:

$\eta$  = Eta, variabel laten Y (Variabel endogen)

$\xi$  = Ksi, variabel laten X (variabel eksogen)

$\gamma$  = Gamma (Koefisien Regresi)

$\gamma_1$ - $\gamma_7$  = Pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen

$\beta$  = Variabel endogen dan eksogen

BI ( $\eta_1$ ) = *Brand Image*

KPL ( $\eta_2$ ) = Keputusan Pembelian

KP ( $\xi_2$ ) = Kualitas Produk

H ( $\xi_1$ ) = Harga

$\zeta_1, \zeta_2$  = Error.