

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada Dealer Suzuki Sejahtera Buana Trada di Kota Malang. PT. Sejahtera Buana Trada merupakan Dealer Resmi Suzuki yang beralamat di Jln. Letjen S. Parman, No. 63, Kota Malang.

B. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif ini merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan utama peneliti ini menggunakan metode penelitian deskriptif ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis.

Pendekatan yang nantinya akan digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, dimana ilmu ini memiliki pandangan bahwa sebuah fenomena itu dapat diklasifikasikan, dapat diukur dan cenderung dapat diamati (Sugiyono, 2017). Jika ditinjau dari tingkat penjabarannya, penelitian ini dapat digolongkan kedalam penelitian deskriptif. Metode penelitian kuantitatif dipilih karena pada penelitian ini peneliti berkeinginan untuk mengukur beberapa item variable untuk menemukan suatu penyebab sebuah masalah yang sedang terjadi atau yang telah terjadi (Kothari, 2004).

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi oleh Uma Sekaran dan Bougie (2017) bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti.

Dari kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah obyek maupun subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah-masalah penelitian. Pada penelitian ini menetapkan populasi penelitian yaitu individu yang menggunakan serta melakukan service pada Dealer Suzuki.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono, (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif.

Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dapat dikali 5 sampai 10 (Ferdinand, 2006).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti melakukan kalkulasi sebagai berikut:

$$\text{Sampel Minimum} = \text{Jumlah Indikator Penelitian} \times 8$$

$$\text{Sampel Minimum} = 15 \times 8$$

$$\text{Sampel Minimum} = 120$$

Dari hasil perhitungan diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 120 responden dalam penelitian ini adalah konsumen Dealer Suzuki Sejahtera Buana Trada Malang. Menurut Cohen *et al.* (2007) semakin besar sampel dari besarnya populasi yang diambil dalam penelitian dapat meningkatkan kualitas dari sebuah penelitian, ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan adanya kesempatan yang sama bagi anggota (Priyono, 2008). Cara yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan melakukan pembatasan pada banyaknya menggunakan layanan service berkala, minimal sebanyak 3 kali. *Purposive sampling* yaitu penelitian dengan cara mengambil sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria sampel yang diperlukan (Salim, 2012). Pembatasan ini dilakukan untuk membedakan pengguna jasa service kendaraan yang baru menggunakan dengan yang telah menggunakan jasa secara berulang.

D. Definisi Operasional Variabel

Operational variabel merupakan suatu rancangan alat ukur yang digunakan untuk menjabarkan setiap variable penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan peneliti dalam

menjabarkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari empat pokok variabel yang akan diteliti yaitu, Kualitas Layanan (X), Kepuasan Konsumen (Z) dan Loyalitas Konsumen (Y). Berikut ini definisi operasional penelitian:

Tabel 4: Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas konsumen merupakan komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Oliver, 2006).	Loyalitas konsumen adalah sikap atau perilaku yang timbul dalam benak konsumen untuk setia terhadap jasa service mobil berkala yang diberikan Dealer Suzuki Sejahtera Buana Trada Malang dengan cara melakukan pembelian ulang atau berlangganan dimasa yang akan datang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang secara teratur 2. Pembelian antar lini 3. Mereferensikan kepada orang lain (Griffin, 2007) 4. <i>Trust</i> 5. <i>Switching cost</i> (Hidayat, 2020) 6. <i>Retention</i> (Kotler dan Keller, 2012)
2	Kepuasan Konsumen (Z)	Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. (Mowen dan Minor, 2012).	Kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen ketika telah melakukan service mobil berkala pada Dealer Suzuki Sejahtera Buana Trada Malang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Miniat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 4. <i>Confidance</i> (Tjiptono, 2014)
3	Kualitas Layanan (X)	Kualitas layanan berfokus terhadap evaluasi yang	Kualitas layanan adalah sebuah harapan dari benak	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reliability</i> (Tepat) 2. <i>Tangible</i> (Tampak) 3. <i>Responsiveness</i>

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional Variabel	Indikator
		mencerminkan persepsi konsumen dari dimensi yang spesifik tentang layanan. Kualitas layanan merupakan komponen dari kepuasan konsumen. Dalam hal ini bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Zeithaml dan Bitner, 2003).	konsumen terhadap layanan yang didapatkan dari Dealer Suzuki Sejahtera Buana Trada Malang dalam melakukan service berkala.	(Cepat) 4. <i>Assurance</i> (Terjamin) 5. <i>Empaty</i> (Peduli) (Sangadji dan Sopiah, 2013)

Sumber: (Griffin ,2007; Hidayat, 2020; Kotler dan Keller, 2012; Tjiptono, 2014; Sangadji dan Sopiah, 2013), Olah Data Peneliti, 2023

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah jawaban kuesioner dari responden.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer sebagai bahan penelitiannya. Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya (Suryabrata, 1987). Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah responden yang masuk kedalam kriteria sampel dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu (Ahmad, 2011). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan responden sebuah pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2017).

Cara yang digunakan dalam pembagian kuesioner nantinya dengan membagikan tautan form pertanyaan yang berisi instrumen penelitian kepada responden. Penyebaran kuesioner akan dilakukan dalam dua tahap. Dimana tahap kedua berguna sebagai langkah cadangan apabila dalam proses penyebaran kuesioner ditahap pertama belum mencapai angka responden yang telah ditentukan.

G. Teknik Pengukuran Variabel

Pada penelitian digunakan skala likert. Skala likert adalah skala dengan memanfaatkan pendekatan analisis item, di mana item tertentu dievaluasi atas dasar seberapa baik membedakan antara orang-orang yang skor total tinggi dan mereka yang skornya rendah (Kothari, 2004). Menurut Sugiyono (2017) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial.

Setiap pertanyaan ataupun pernyataan yang diukur dengan Skala Likert memiliki lima tingkatan preferensi jawaban (Sugiyono, 2017). Dimana masing masing jawaban memiliki skor atau bobot yang telah ditentukan, seperti rincian pada tabel berikut:

Tabel 5: Skala Likert Lima Poin

No	Pilihan Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

H. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana perbedaan yang ditemukan dengan alat ukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya di antara mereka sedang diuji (Kothari, 2004). Valid atau tidaknya sebuah instrumen penelitian dapat dilihat dengan membandingkan indeks korelasi product moment pearson dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Apabila hasil uji menunjukkan nilai corrected item atau rhitung lebih dari sama dengan rtabel (rhitung > rtabel) maka instrumen dikatakan valid.

Untuk mencari nilai koefisien, maka menggunakan rumus pearson product moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n\sum X_{tot}^2) - (\sum X_{1tot})^2))}}$$

Keterangan:

r :Korelasi product moment

$\sum X_i$:Jumlah skor suatu item

$\sum X_{tot}$:Jumlah total skor jawaban

$\sum x_i^2$:Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$:Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum X_i X_{tot}$: Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Menurut Sugiyono (2018) menyatakan bahwa bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat. Sehingga analisis faktor dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik. Bila harga korelasi dibawah 0,3 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan alat ukur untuk tetap konsisten meskipun ada perubahan waktu (Salim, 2012). Secara implisit, reliabilitas mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya (Sanusi, 2014). Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel ketika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,6$. Atau dapat dengan cara membandingkan nilai Cronbach Alpha dengan Nilai r tabel, instrumen dikatakan reliabel jika Nilai Cronbach Alpha $> r$ tabel.

Adapun rumus untuk mencari reliabilitas adalah sebagai berikut.

$$r = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n\sum A^2) - (\sum A)^2)(n(\sum B^2) - (\sum B)^2)}}$$

Keterangan:

- r : Koefisien korelasi
 n : Banyaknya responden

- A : Skor item pertanyaan ganjil
B : Skor pertanyaan genap

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya hasil tersebut dimasukan kedalam rumus Spearman Brown dengan rumus sebagai berikut.

$$r = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Keterangan:

- r :Nilai reliabilitas
rb :Korelasi produk moment

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (rb hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a) Bila rhitung > dari rtabel, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b) Bila rhitung < dari rtabel, maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistenannya dilakukanlah uji reliabilitas ini, berkenaan dengan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrumen penelitian lebih besar dari 0.60 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah menggunakan model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian ini menggunakan program *SPSS 25 for Windows*. Untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan memperhatikan hasil nilai signifikan (*Monte Carlo Sig.*) pada proses pengujian. Variabel berdistribusi normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$).

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016). Uji ini dapat dengan melihat hasil dari nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai *VIF* kurang dari sama dengan 10 ($\text{VIF} < 10$) maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lainnya. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Gledser. Dasar pengambilan keputusan uji tersebut sebagai berikut:

- a) Variabel dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil pengujian memiliki nilai lebih dari 0.05 (>0.05).

J. Teknik Analisis Data

1. Analisis Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk mengelola data mentah berupa angka yang kemudian diartikan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2017). Rentang skala ini digunakan untuk mengukur dan menilai bagaimana kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen Dealer Suzuki Sejahtera Buana Trada Malang, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh hasil perhitungan rentang skala dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$RS = \frac{120(5-1)}{5}$$

$$RS = 96$$

Hasil perhitungan yang telah lakukan, diperoleh nilai dari rentang skala sebesar 96 poin, dengan demikian skala dalam penelitian kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 6: Rentang Skala Penelitian

Rentang Skala	Kualitas Layanan	Kepuasan Konsumen	Loyalitas Konsumen
120 – 216	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas	Sangat Rendah
217 – 313	Tidak Baik	Tidak Puas	Rendah
314 – 410	Cukup Baik	Cukup Puas	Cukup Tinggi
414 – 510	Baik	Puas	Tinggi
511 – 607	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Tinggi

Berdasarkan perhitungan rentang skala tersebut, berikut langkah-langkah yang hendak dilakukan dalam melakukan analisis pada penelitian ini:

- a) Setelah diperoleh hasil jawaban dari tanggapan responden terhadap kuesioner penelitian, langkah pertama data tersebut akan notasikan sesuai dengan teknik pengukuran pada Skala Likert.
- b) Tahap kedua, data yang telah dinotasikan, akan dilakukan pengelompokan per item yang tersedia pada kuesioner penelitian.
- c) Pada tahap ketiga, data yang telah dikelompokkan akan dilakukan pembobotan dengan mengalikan sesuai bobot nilai sesuai jawaban responden, bobot 1 untuk sangat tidak setuju, bobot 2 untuk tidak setuju dan seterusnya.
- d) Setelah dilakukan pembobotan pada setiap item variable yang yang diteliti, akan dijumlahkan untuk mengetahui total bobot nilai yang diperoleh setiap item.

Setelah diketahui total bobot nilai masing-masing item, nilai tersebut digolongkan sesuai dengan tabulasi rentang skala, sehingga dapat dilakukan analisis pada masing-masing item.

2. Analisis Jalur

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis jalur. Path analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Riduwan dan Engkos, 2017). Analisis jalur bisa dikatakan sebagai pengembangan dari konsep korelasi dan regresi, dimana korelasi dan regresi

tidak mempermasalahkan mengapa hubungan antar variabel terjadi serta apakah hubungan antar variabel tersebut disebabkan oleh variabel itu sendiri (Setyaningsih, 2020).

Analisis ini menggunakan software SPSS 25 for Windows dengan ketentuan uji t taraf signifikansi Alpha = 0,05 atau $p \leq 0,05$, yang dimunculkan kode (Sig. t) dimana hal tersebut digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Maharani, 2013). Menurut Chin (1998) nilai R-Square dikategorikan kuat jika lebih dari 0,67, moderat jika lebih dari 0,32 tetapi lebih rendah dari 0,67, dan lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33. Terdapat beberapa langkah-langkah dalam menganalisis data menggunakan path analysis dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Pengaruh kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Z),
Didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Z = \alpha + \beta_1 X + e$$

- b) Pengaruh kualitas layanan (X) dan kepuasan konsumen (Z) terhadap loyalitas konsumen (Y), Didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_2 X + \beta_3 Z + e$$

Keterangan :

- a : Konstanta
- β : Koefisien regresi
- X : Variabel Kualitas Layanan
- Z : Variabel Kepercayaan Konsumen
- Y : Variabel Keputusan Pembelian
- e : Standard error

Berikut langkah-langkah yang akan dilakukan dalam melakukan analisis jalur pada penelitian ini:

- a) Langkah pertama, akan dilakukan pengujian regresi satu arah pada masing-masing variable.
- b) Setelah dilakukan pengujian regresi tersebut, akan dilakukan analisis pada setiap hubungan serta perolehan nilai jalur yang didapatkan dari hasil pengujian.
- c) Tahapan yang terakhir adalah melakukan analisis terhadap masing-masing jalur yang telah diuji serta akan digambarkan untuk dapat memudahkan dalam melakukan analisis terhadap setiap jalurnya.

K. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengambil sebuah keputusan atau kesimpulan yang didasarkan dengan data yang telah dilakukan langkah analisis.

1. Uji Parsial

Dijelaskan oleh Kuncoro (2013) uji statistik parsial atau uji t ini dapat melihat seberapa jauh pengaruh variabel secara individu terhadap variabel terikat. Uji ini menggunakan *SPSS 25 for Windows* dan digunakan untuk menguji hipotesis dengan didasarkan nilai sig., sebagai berikut:

- a) Jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

2. Uji Mediasi

Menurut Ghozali (2016) untuk menguji variabel mediasi menggunakan uji sobel yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi sebagai pengaruh tidak langsung secara parsial. Pada pengujian ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan tidak langsung variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) melalui variabel mediasi (Z). Uji sobel dilakukan dengan tingkat signifikan variabel mediasi (Z) dengan menghitung standar error S_{ab} . Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}$$

Keterangan:

- a : Jalur variable bebas (X) dengan variable mediasi (Z)
- b : Jalur variable mediasi (Z) dengan variable terikat (Y)
- S_a : Standard error koefisien a
- S_b : Standard error koefisien b

Tahapan selanjutnya adalah menguji signifikan pengaruh tidak langsung diperlukan menghitung nilai t dari koefisien ab. Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Nantinya akan didapatkan kesimpulan dengan melihat kriteria jika nilai $Z > 1,96$ (nilai Z mutlak), maka variabel (Z) secara signifikan memediasi pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). Jika pengaruh X terhadap Y signifikan dan menurun menjadi nol dengan memasukkan variabel Z, maka terjadi mediasi sempurna. Namun, jika pengaruh X terhadap Y signifikan dan

menurun tidak sama dengan nol dengan memasukkan variabel Z, maka terjadi mediasi parsial.

