

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yaitu pendekatan yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis eksplanasi (*explanatory research*) yang mana tujuannya adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antar variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun & Effendi, 2009)

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur pengaruhnya variabel independen yaitu *Electronic Word Of Mouth* (X) terhadap variabel Dependen yaitu Keputusan Berkunjung (Y) melalui variabel mediasi yaitu dan Minat Berkunjung (Z) Penelitian ini dilakukan pada pengunjung Wisata Banyumili. Adapun Objek dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Banyumili dan jumlah populasinya sebesar 12.126 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuisisioner yang berisi mengenai pernyataan. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan teknik analisis data menggunakan program PLS.

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Jombang. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh *electronic Word Of Mouth* terhadap keputusan

berkunjung yang dimediasi minat berkunjung (studi kasus pada pengunjung Wisata Banyumili).

3.3 Pengukuran Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.3.1 Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari satu variabel independen yaitu *Electronic Word Of Mouth* (X1) , satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) serta satu variabel mediasi yaitu minat berkunjung (Z) definisi operasional ke tiga variabel tersebut dijabarkan sebagai berikut:

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

A. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini meliputi antara lain :

1. Keputusan Pembelian (Y)

Mengacu konsep Kanuk (2007) dalam penelitian ini didefinisikan bahwa keputusan berkunjung diungkapkan bahwa pengunjung wisata banyumili yang ingin melakukan keputusan kunjungan wisata harus menentukan pilihannya terlebih dahulu melalui alternatif-alternatif yang tersedia di media internet. Pertimbangan yang dikerjakan pengunjung memiliki dua atau lebih alternatif pilihannya sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai penetapan pilihan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Yang diukur dengan indikator menurut Kotler dan Amstrong (2008:179):

- a. Pengenalan produk yang disediakan oleh Wisata Banyumili
- b. Pencarian informasi tentang Wisata Banyumili
- c. Evaluasi alternatif produk yang dipilih pengunjung Wisata Banyumili
- d. Keputusan berkunjung ke Wisata Banyumili

2. Minat Beli (Z)

Minat beli adalah kecenderungan perilaku konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan memiliki sikap positif terhadap suatu produk. Indikator variabel minat beli adalah:

1. Ketertarikan: Konsumen tertarik berkunjung Ke Wisata Banyumili
2. Keinginan : Konsumen berkeinginan untuk berkunjung ke Wisata Banyumili
3. Keyakinan : Konsumen yakin akan berkunjung ke Wisata Banyumili

3. *Electronic Word Of Mouth* (X1)

Mengacu konsep Gruen dalam jurnal (Utami dan Saputri, 2016) dalam penelitian ini didefinisikan bahwa *electronic word of mouth* merupakan sebuah alat untuk bertukar informasi tentang tempat wisata banyumili yang mempunyai akun Facebook dan di antara pengunjung yang sudah pernah melakukan kunjungan untuk ditunjukkan ke konsumen lain

tentang deskripsi tempat wisata banyumili tersebut tanpa melakukan tatap muka secara langsung. Yang diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh (Sari, dkk., 2017) antara lain :

1. Intensitas : Merupakan banyaknya komentar yang ada pada produk Wisata Banyumili yang diposting pada facebook.
2. Konten :Merupakan isi informasi yang disampaikan konsumen satu ke konsumen lain pada kolom komentar produk Wisata Banyumili
3. Pendapat : Merupakan komentar-komentar yang disampaikan baik berupa komentar positif maupun negatif tentang produk.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penyusunan penelitian ini bisa dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 3.1
Kisi-kisi indikator penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Keputusan Berkunjung Sumber : Kotler dan Amstrong, (2009)		Pengenalan Masalah	Y1.1 Saya ingin berwisata dengan nuansa alam yang masih alami
		Pencarian Informasi	Y1.2 Mengetahui tempat wisata dari media social
		Evaluasi Alternatif	Y1.3 Melakukan evaluasi terlebih dahulu dengan melihat tempat wisata lain
		Keputusan Pembelian	Y1.4 Saya yakin dengan pilihan saya berkunjung ke wisata banyumili
Electronic Word of Mouth (X1) Sumber: Sari,dkk (2017)	Intensitas	Frekuensi memanfaatkan informasi dari media sosial	X1.1 Saya sering mengakses <i>Facebook</i> untuk mendapatkan informasi mengenai Wisata Banyumili
		Frekuensi interaksi dengan pengguna situs atau aplikasi	X1.2 Saya sering berkomunikasi dengan sesama pengguna <i>Facebook</i> untuk mengetahui Wisata Banyumili
		Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna situs atau aplikasi	X1.3 Saya sering melihat ulasan yang diunggah di <i>Facebook</i> Wisata Banyumili
	Konten	Informasi Mengenai Harga	X2.1 Harga yang tertera di Wisata Banyumili dapat dijangkau
		Informasi mengenai lokasi	X2.2 Di Facebook menyebutkan lokasi mudah di akses

Lanjutan Tabel 3.1
Kisi-kisi indikator penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Electronic Word of Mouth (X1) Sumber: Sari,dkk (2017)	Pendapat	Rekomendasi dari para pengguna	X3.1 Ulasan lokasi Wisata Banyumili yang tertera di Facebook sangat menarik
		Komentar positif maupun negatif	X3.2 Ulasan lokasi Wisata Banyumili menarik minat saya untuk berkunjung
		Komplain dari para pengguna	X3.3 Komentar pengunjung yang merasa tidak puas dengan pengelola wisata banyumili hampir tidak ada
Minat Berkunjung Hidayati,dkk (2013)		Ketertarikan	Z1.1 Saya tertarik dengan suasana alam wisata Banyumili
		Keinginan	Z1.2 Saya ingin mengunjungi tempat wisata Banyumili
		Keyakinan	Z13. Saya yakin akan berkunjung ke wisata banyumili

3.5 Skala Pengukuran

Penelitian yang dilakukan akan menggunakan alat bantu berupa angket, yang mana jawaban-jawaban tersebut akan di ukur dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijalankan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, jawaban dapat dievaluasi. Skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut :

1. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (ST)
3. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

3.6 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand,2014:171)

Dalam Penelitian ini , populasi yang digunakan adalah seluruh masyarakat yang berkunjung ke tempat wisata Banyumili.

2. Sampel

Pengertian Sampel menurut Sugiyono (2013) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut . Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Wisata Banyumili di Kabupaten Jombang.

Jumlah sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Umar,2003:108) yaitu :

$$n = \left(\frac{N}{1+N(e)^2} \right)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kesalahan Penarikan Sampel

Sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, $e = 0,1/ 10\%$. Jumlah populasinya dalam penelitian ini adalah 12.126 orang, sehingga presentase kelonggaran yang dipilih sebesar 0,1/10%. maka dapat dihitung

$$n = \left(\frac{12.126}{1+12.126(0,1)^2} \right)$$

$$n = 99,18$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya sampel sebesar 99,18 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang responden.

Metode pengambilan adalah dengan menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika mereka dianggap sebagai sumber data

oleh orang yang ditemukan. Karena keterbatasan waktu maka tidak mungkin akan mengambil dari semua populasi tersebut.

3.7 Jenis data dan Teknik Pengumpulan Data

3.7.1 Jenis Data

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2014) data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objek yang diteliti baik dari wawancara maupun dari angket yang di rancang oleh peneliti sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Data yang dapat dihimpun dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara menyebarkan anket kepada konsumen yang telah berkunjung ke wisata Banyumili.

2. Data Sekunder

Berupa pengumpulan data yang didapat dari perusahaan, penelitian terdahulu, referensi dan studi kepustakaan dengan profil tempat wisata yang diteliti.

3.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan metode pengumpulan data kuisisioner (angket). Kuisisioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dijawab responden melalui serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis (Sugiyono, 2014). Hal ini dikarenakan data yang diperoleh adalah data yang didapatkan langsung dari sumber pertama. Data ini adalah data mentah yang harus diolah dan diproses lebih lanjut.

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas, yaitu suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat menjelaskan data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Valid tidaknya suatu item dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai *Corrected Item Total Correlation* atau nilai r hitung harus berada diatas 0,3. Hal ini dikarenakan jika nilai r hitung lebih kecil dari 0,3, berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pernyataan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid. Sugiyono (2010:267) Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment*. Rumus korelasi *product moment* dalam buku (Sugiyono,2010) :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = jumlah sampel

x = skor seluruh item

y = skor total

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden wisata Banyumili. Berikut hasil uji validitas item pernyataan :

a. Variabel *Electronic Word Of Mouth* (X)

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas *Electronic Word Of Mouth*

No. Pernyataan	Dimensi	Nilai Corrected Item Total Corelation	Nilai Koefisien	Keterangan
1	Intensitas	0,404	0,3	Valid
2		0,591	0,3	Valid
3		0,621	0,3	Valid
4	Konten	0,572	0,3	Valid
5		0,572	0,3	Valid
6	Pendapat	0,576	0,3	Valid
7		0,668	0,3	Valid
8		0,498	0,3	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah,2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel *Electronic Word Of Mouth* yang terdiri dari 8 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Variabel Minat Berkunjung (Z)

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung

No. Pernyataan	Nilai Corrected Item Total Corelation	Nilai Koefisien	Keterangan
1	0,550	0,3	Valid
2	0,715	0,3	Valid
3	0,663	0,3	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah,2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel minat berkunjung yang terdiri dari 3 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c. Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung

No. Pernyataan	Nilai Corrected Item Total Corelation	Nilai Koefisien	Keterangan
1	0,513	0,3	Valid
2	0,730	0,3	Valid
3	0,836	0,3	Valid
4	0,786	0,3	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah,2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel minat berkunjung yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuisisioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat andal tidaknya, suatu alat ukur digunakan pendekatan

secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal (reliabel). Sugiyono (2010:354)

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach* > 0,60 Ghozali (2006) dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma a_b^a}{a_1^2} \right]$$

Keterangan :

R11 = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan atau soal

Σa_b^a = varian total

a_1^2 = jumlah varian butir atau item

Adapun uji coba reliabilitas terhadap 30 responden wisata banyumili hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Dimensi	Alpha <Cronbach>	Kriteria	Keterangan
<i>Electronic Word Of Mouth (X)</i>	Intensitas	0,713	Alpha Cronbach >0,6 maka reliable	Reliabel
	Konten	0,705		Reliabel
	Pendapat	0,748		Reliabel
Minat Berkunjung(Z)		0,795		Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)		0,861		Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.5,dapat diketahui bahwa masin-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach* >0,60, dengan demikian semua variabel (X, Z dan Y) dapat dikatakan reliabel.

3.9 Teknik Analisis Data

Pengertian analisis data merupakan cara yang dipergunakan untuk menjawab dari rumusan masalah serta menguji hipotesis yang sudah dirumuskan. Berikut analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini :

3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud untuk menarik kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pertanyaan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Rentan Skor} &= \frac{\text{Nilai skor tertinggi}-\text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8\end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

1. 1,0 – 1,8 = Sangat Buruk
2. 1,9 – 2,6 = Buruk

3. $2,7 - 3,4 =$ Cukup
4. $3,5 - 4,2 =$ Baik
5. $4,3 - 5,0 =$ Sangat Baik

3.9.2 Analisis SEM (Structural Equation Modelling)

Penelitian menggunakan metode analisis dengan menggunakan software Warp PLS versi 5.0 karena penelitian ini menggunakan teknik statistika multivarian dengan melkukan tiga variabel yaitu variabel independen, variabel dependen dan variabel mediasi. PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika teradi permasalahan spesifik data. PLS adalah analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat dilakukan pengujian model pengukuran sekaligus menguji model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk menguji kausalitas (Jogianto dan Abdillah, 2009).

Lebih lanjut, PLS adalah analisis yang bersifat soft modeling karena tidak mengasumsikan data dengan mengukur skala tertentu, yang berarti umlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel).

Keunggulan keunggulan PLS:

1. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model komplek).

2. Mampu mengelolah multikolinearitas antar variabel independen.
3. Hasil tetap kokoh walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang.
4. Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis crossproduct yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi.
5. Dapat digunakan pada sampel kecil.
6. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu: nominal, ordinal, dan kontinu.

3.9.3 Uji Model

Uji model dalam ini terdapat dua model yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *Outer Model* (Model Pengukuran) dan *Inner Model* (Model Struktural).

3.9.3.1 Outer Model

Outer Model atau Model Pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan Model Pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah reflektif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel (Jogianto dan Abdullah,2009).

a. *Convergent Validity*

Convergent Validity merupakan korelasi antar skor indikator refleksif dengan skor variabel latennya, dengan ketentuan nilai P-value > 0.05 atau nilai muatan factor > 0.07 .

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity merupakan pengukuran indikator refleksif dengan skor variabel latennya (Solimun, 2002). *Discriminant Validity* terpenuhi dengan ketentuan nilai muatan factor $> Cross-loading$. *Discriminant validity* juga bisa dilihat dari diskriminan indikator. Validitas diskriminan bisa terpenuhi apabila nilai akar AVE (Average Variances Extracted) lebih besar dari nilai korelasinya dengan variabel yang lainnya (Solimun, 2017).

c. *Composite Reliability*

Composite Reliability nilai ini mencerminkan reliabilitas semua indikator dalam model. Besaran nilai minimal adalah 0,7 sedangkan nilai idealnya 0,8 atau 0,9. Hasil composite reliability akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika di atas 0,7.

3.9.3.2 Inner Model

Inner Model atau Model Struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Perancangan Model Struktural hubungan

antar variabel laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian (Ghozali, 2005).

a. *Goodness of Fit*

Goodness of Fit yang dimaksud adalah merupakan indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten (Solimun, 2002). Sedangkan menurut Ghozali (2007), *Goodness of Fit* mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya, dengan prediksi model yang diajukan. Indeks yang menggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Nilai GFI > 0,90 mengisyaratkan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik. Adapun kriteria fit yaitu *Average path coefficient*, *Average R-Square*, *Average adjusted R-Square* terpenuhi jika $P < 0,001$. *Average block VIF*, *Average full collinearity VIF* terpenuhi jika *Acceptable if* ≤ 5 dan *Ideally* $\leq 3,3$. *Tenenhaus Gof* terpenuhi jika $\geq 0,1$. *Simpson's paradox ratio Acceptable if* $\geq 0,7$ dan *Ideally* $= 1$, *R-square contribution ratio Acceptable if* $\leq 0,9$ dan *Ideally* $= 1$, *Statistical suppression ratio dan Nonlinier bivariate causality direction ratio* terpenuhi jika *Acceptable if* $\geq 0,7$

b. R Square

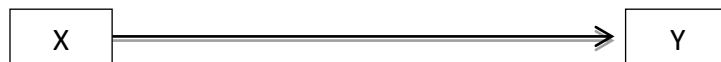
R Square pada konstruk endogen. Nilai R Square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai R square sebesar 0.67 (kuat),

0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah). Model struktural (inner model) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses bootstrapping, parameter uji T-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Model struktural (inner model) dievaluasi dengan melihat persentase variance yang dijelaskan oleh nilai untuk variabel dependen dengan menggunakan ukuran *Stone-Geisser O- square test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur structural.

3.9.4 Analisis mediasi SEM-PLS

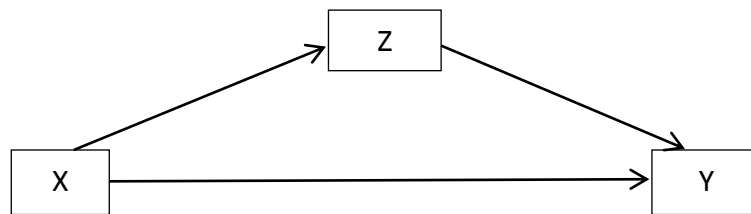
Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan model analisis regresi mediasi dan pengolahan data menggunakan program Warp PLS (*Parsial Least Square*) versi 5. 0. Analisis mediasi SEM-PLS ini digunakan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (X) terhadap keputusan berkunjung (Y2) dengan minat berkunjung (Y1) Sebagai variabel mediasi. Analisis dalam. Penelitian ini menggunakan dua metode untuk menunjukkan serangkaian persyaratan yang harus dipenuhi untuk model mediasi. Seperti yang telah diuraikan oleh Baron dan Kenny (1986).

1. Metode Pertama (*Direct Efect*)



Metode ini menggunakan variabel mediasi, dengan ini menunjukkan pengaruh langsung variable independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

2. Metode Kedua (*Indirect Effect*)



Metode ini menggunakan variabel mediasi, dengan ini menunjukkan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Z) melalui, variabel mediasi (Y) dari kedua metode diatas, terdapat pengambilan kesimpulan. tentang mediasi sebagai berikut:

- Jika koefisien jalur c dari hasil estimasi metode kedua tetap signifikan dan tidak berubah $c=c'$ maka hipotesis mediasi tidak didukung.
- Jika koefisien jalur c' nilainya turun ($c' < c$) tetapi tetap signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagai (*parsial mediation*).
- Jika koefisien jalur c' hasilnya turun ($c' < c$) dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*)

3.9.5 Uji Hipotesis

d. Uji t

Menguji hipotesis yang telah diajukan dan untuk menguji pengaruh variabel mediasi dalam memediasi variabel independen terhadap variabel

dependen. Dalam pengujian hipotesa dengan analisis regresi mediasi yaitu dengan menggunakan program WarpPLS.

Hipotesis ini di uji pada tingkat signifikan 0.05 (tingkat. keyakinan 95%). Untuk mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesa, maka dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikan dan α (0,05), dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Apabila signifikan < 0.05 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b. Apabila signifikan > 0.05 berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata l terhadap variabel terikat.

3.9.6 Uji Mediasi

Menurut Baron dan Kenny (1986) suatu variabel disebut variabel mediasi jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Adanya parsial mediasi menunjukkan bahwa Z bukan satu-satunya mediator hubungan X terhadap Y namun terdapat pemediasi lain. Sedangkan *Full Mediation* menunjukkan bahwa Z memediasi sepenuhnya hubungan antara X terhadap Y.