

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015), dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis data menggunakan statistik.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif. Menurut Arikunto (2016), penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan, sedangkan metode yang digunakan adalah *explanatory research*.

Menurut Sugiyono (2011), penelitian eksplanasi (*explanatory reseach*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis. Dengan menggunakan skala interval, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara angket dan dokumentasi. Analisis data dengan menggunakan bantuan program PLS-SEM.

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.2.1 Definisi Operasional

1. Ease Of use (X)

Mengacu pada penelitian yang diadopsi dan diadaptasi dari A. Li et al (2019). *Ease of use* adalah sejauh mana pengguna aplikasi Traveloka/Tiket.com mengharapkan sistem baru yang akan digunakan

terbebas dari kesulitan, *ease of use* diukur dengan menggunakan 4 item, antara lain:.

1. Aplikasi Traveloka/Tiket.com.sangat mudah untuk digunakan
2. Aplikasi Traveloka/Tiket.com dapat digunakan dengan jelas dan mudah dimengerti
3. Aplikasi Traveloka/Tiket.com dapat digunakan dengan terampil
4. Aplikasi Traveloka/Tiket.com mudah untuk dipelajari.

2. *E-Satisfaction (Z)*

Mengacu pada penelitian yang diadopsi dan diadaptasi dari Sai Vijay et al (2019). *E-Satisfaction* adalah suatu sikap pengguna aplikasi Traveloka/Tiket.com dalam melakukan penilaian yang berasal dari pengalaman pembelian sebelumnya yang akan menciptakan kepuasan pelanggan. *E-Satisfaction* diukur dengan menggunakan 3 item, antara lain:

1. Kinerja aplikasi Traveloka/Tiket.com.memuaskan
2. Merasa senang dengan pengalaman penggunaan aplikasi Traveloka/Tiket.com.
3. Merasa puas dengan pengalaman pembelian di aplikasi Traveloka/Tiket.com.

3. *Repurchase Intention (Y)*

Mengacu pada penelitian yang diadopsi dan diadaptasi dari Kim &

Lee (2019), *Repurchase intention* merupakan kecenderungan perilaku membeli dari aplikasi Traveloka/Tiket.com yang dilakukan secara berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu dan mempunyai sikap positif terhadap aplikasi Traveloka/Tiket.com. *Repurchase intention* diukur dengan menggunakan 3 item, antara lain::

1. Niat untuk terus menggunakan aplikasi Traveloka/Tiket.com.
2. Secara positif akan mempertimbangkan untuk membeli kembali di aplikasi Traveloka/Tiket.com.
3. Merekomendasikan aplikasi Traveloka/Tiket.com.kepada orang lain.

3.2.2 Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian (Maksum, 2012).

Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa Angket. Menurut Arikunto (2013), angket adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Indikator dan kisi-kisi pernyataan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
<i>Ease of Use</i> menurut A. Li et al (2019)	1.Sangat mudah untuk digunakan	1. Saya merasa menggunakan aplikasi Traveloka/Tiket.com sangat mudah
	2. Cara menggunakan jelas dan dapat dimengerti	2. Saya merasa menggunakan aplikasi Traveloka/Tiket.com sangat jelas dan mudah dimengerti
	3.Dapat digunakan dengan terampil	3. Saya merasa dapat menggunakan aplikasi Traveloka/Tiket.com dengan terampil

Lanjutan Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

	4. Mudah untuk dipelajari	4. Saya merasa aplikasi Traveloka/ Tiket.com sangat mudah untuk dipelajari
<i>E-Satisfaction</i> menurut Sai Vijay et al (2019)	5. Kinerja memuaskan	5. Saya puas dengan kinerja aplikasi Traveloka/Tiket.com
	6. Merasa senang dengan pengalaman penggunaan	6. Saya merasa senang dengan pengalaman menggunakan aplikasi Traveloka/Tiket.com
	7. Merasa puas dengan pengalaman pembelian	7. Saya puas dengan pengalaman pembelian di aplikasi Traveloka/Tiket.com
Repurchase Intention menurut Kim & Lee (2019)	8. Niat untuk terus menggunakan situs yang sama	8. Saya bersedia menggunakan aplikasi Traveloka/Tiket.com lagi
	9. Secara positif akan mempertimbangkan untuk membeli kembali	9. Saya secara positif akan mempertimbangkan untuk membeli kembali di aplikasi Traveloka/Tiket.com
	10. Merekomendasikan kepada orang lain	10. Saya akan merekomendasikan aplikasi Traveloka/Tiket.com kepada orang lain

3.2.3 Skala Pengukuran

Skala interval adalah alat pengukur data yang dapat menghasilkan data yang memiliki rentang nilai yang memiliki makna. Skala ini menghasilkan *measurement* yang memungkinkan penghitungan rata-rata, deviasi standar, uji statistik parameter, korelasi dan sebagainya. Data yang bersifat interval dapat dihasilkan dengan teknik *Agree-Disagree Scale* yang merupakan bentuk lain dari *Bipolar Adjective* dengan mengembangkan pernyataan dalam berbagai rentang nilai (Ferdinand, 2014).

Rentang nilai yang digunakan pada penelitian ini adalah 1-10, angka 1 berarti rendah sampai angka 10 berarti tinggi.

3.3 Penentuan Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Hermawan, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sebelumnya pernah menggunakan dan melakukan transaksi di aplikasi Traveloka dan Tiket.com yang jumlahnya tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menarik sifat karakteristik populasi, diperlukan tata cara yang tepat dalam pemilihan sampel. (Abdullah, 2015).

Menurut Hair, Anderson Tatham & Black (2010), jumlah sampel tidak bisa dianalisis faktor jika jumlahnya kurang dari 50, sampel harus berjumlah 100 atau lebih sebagai aturan umum, jumlah sampel minimal adalah setidaknya 5 kali dan akan lebih diterima apabila jumlah sampelnya 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

1. Penentuan Jumlah Sampel

Perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

(Jumlah indikator + jumlah variabel) x (5 sampai 10)

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini adalah:

Sampel maksimal = $(10 + 3) \times 10 = 130$ responden

Dengan demikian jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 130 responden pengguna aplikasi Traveloka/Tiket.com

2. Metode Penetapan Sampel

Dalam teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* artinya teknik yang digunakan tidak memberikan peluang yang sama untuk setiap elemen atau anggota kelompok seperti sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel dengan cara *Purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ferdinand, 2014).

3.4 Sumber Data

Menurut Syahrurum & Salim (2012), sumber data diperoleh berdasarkan:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang dilakukan oleh peneliti.
2. Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini Menurut Sugiyono (2011), antara lain:

1. Angket, tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai variabel yang diteliti antara lain, *ease of use*, *E-satisfaction* dan *repurchase intention*.
2. Dokumentasi, tujuan dari dokumentasi untuk mengumpulkan data dari buku, tulisan ilmiah dan dari internet yang berkaitan dengan *ease of use*, *E-satisfaction* dan *repurchase intention*.

3.6. Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan pada angket menunjukkan valid atau tidaknya hasil penelitian. Dikatakan valid jika angket dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Peneliti menggunakan teknik korelasi item total atau disebut juga *corrected items total correlation*. Menurut Sugiyono (2015) ketentuan yang harus dipenuhi dalam kriteria uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $r \geq 0,361$ maka item-item pernyataan dari kuesioner dinyatakan valid.
2. Jika $r \leq 0,361$ maka item-item pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid.

Rumus teknik korelasi product moment, sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{n \sum Y - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[(n \sum x^2) - (\sum x)^2][(n \sum y^2) - (\sum y)^2]}} \right)$$

keterangan :

r = koefesien korelasi

n = jumlah responden

$\sum X$ = jumlah skor item instrument

$\sum Y$ = jumlah total skor jawaban

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum XY$ = jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	No.item	R hitung	Standar Valid	Keterangan
<i>Ease of Use (X)</i>	1	0,527	0,361	Valid
	2	0,421	0,361	Valid
	3	0,533	0,361	Valid
	4	0,424	0,361	Valid
<i>E-Satisfaction (M)</i>	5	0,692	0,361	Valid
	6	0,544	0,361	Valid
	7	0,392	0,361	Valid
<i>Repurchase Intention (Y)</i>	8	0,674	0,361	Valid
	9	0,545	0,361	Valid
	10	0,697	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dengan jumlah sebanyak 30 responden, pada variabel *ease of use* terdapat 4 item pernyataan yang valid, pada variabel *e-satisfaction* terdapat 3 macam item pernyataan yang valid, dan pada variabel *repurchase intention* terdapat 3 item pernyataan yang valid, semua item pernyataan dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2008) Uji Reliabilitas ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Item-item pernyataan dikatakan reliabel atau layak jika *Cronbach Alpha* > 0,60. Untuk menguji reliabilitas instrument penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha*. Rumus koefisien Reliabilitas *Cronbach Alpha* yaitu:

$$r_1 = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum s_1^2}{s_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_1 = korelasi Reliabilitas

k = banyaknya butir pernyataan

$\sum s_1^2$ = mean kuadrat kesalahan

s_1^2 = Varians Total.

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Koefisien α	Keterangan
<i>Ease of Use</i> (X)	0,798	0,7	Reliabel
<i>E-Satisfaction</i> (M)	0,715	0,7	Reliabel
<i>Repurchase Intention</i> (Y)	0,739	0,7	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.3 hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel *ease of use*, *e-satisfaction*, *repurchase intention*, mempunyai nilai cronbach alpha lebih dari 0,7, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing

variabel dalam angket reliabel. Dengan demikian semua item-item pada masing-masing variabel layak digunakan sebagai alat ukur.

3.7 Teknik Analisa Data

3.7.1 Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui deskripsi empiris atau gambaran atas yang dikumpulkan didalam penelitian. Data yang telah diperoleh dari jawaban responden kemudian diinterpretasikan menggunakan angka indeks dengan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2014) :

$$\text{Nilai Indeks} = ((\%F1x1) + (\%F2x2) + (\%F3x3) + (\%F4x4) + (\%F5x5) + (\%F6x6) + (\%F7x7) + (\%F8x8) + (\%F9x9) + (\%F10x10)) / 10.$$

Keterangan:

F1 adalah frekuensi responden yang menjawab 1

F2 adalah frekuensi responden yang menjawab 2

F3 adalah frekuensi responden yang menjawab 3

Dan seterusnya sampai F10 untuk yang menjawab 10 dari skor yang digunakan dalam item pernyataan.

Berdasarkan rumus diatas jawaban responden berangkat dari angka 10 hingga 100 rentang sebesar 90, tanpa angka 0. Dengan menggunakan criteria tiga kotak (*three-box method*), maka rentang 90 akan dibagi tiga, sehingga menghasilkan rentang sebesar 30 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks, sebagai berikut:

1. 10.00 – 40 = rendah
2. 40.01 – 70 = sedang
3. 70.01 – 100 = tinggi

3.7.2 Analisis PLS-SEM

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif yang mengadopsi *Partial Least Square- Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Berdasarkan Sholihin & Ratmono (2013), PLS-SEM merupakan salah satu jenis analisis multivariat, yaitu aplikasi metode statistika untuk menganalisis beberapa variabel penelitian secara simultan atau serempak.

Alasan peneliti memilih PLS-SEM antara lain:

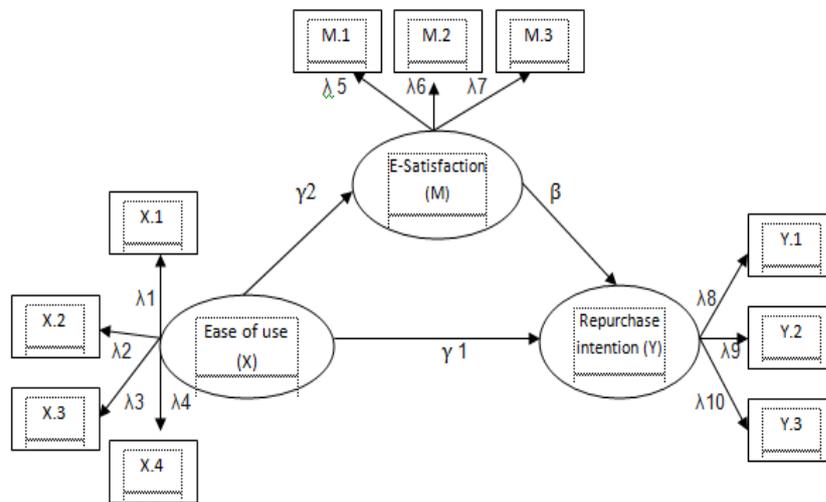
1. Metode PLS-SEM data tidak harus berdistribusi normal, serta ukuran ukuran sampel yang kecil dan mampu menguji model yang kompleks secara simultan
2. Mampu menganalisis variabel yang tidak dapat diukur langsung dan mempertimbangkan kesalahan pengukuran
3. Dapat menganalisis model pengukuran reflektif dan formatif serta variabel laten dengan satu indikator tanpa menimbulkan masalah identifikasi
4. PLS-SEM dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisa dengan pendekatan WarpPLS.

program WarpPLS dapat mengidentifikasi hubungan nonlinier antar variabel laten dan mengkoreksi nilai koefisien jalur berdasar hubungan

tersebut, kelebihan WarpPLS sebagai berikut:

1. WarpPLS dapat memberikan ilustrasi hubungan nonlinear berupa *scatter plots*
2. Dapat mengestimasi nilai p untuk koefisien jalur secara otomatis.
3. Dapat memberikan beberapa indikator fit model yang dapat berguna untuk membandingkan model terbaik antar berbagai model yang berbeda.
4. Memberikan nilai full collinearity test yang dapat digunakan menganalisis multikolinearitas vertical dan lateral
5. Algoritma yang digunakan dapat meminimalkan masalah multikolinearitas antar variabel laten.
6. Dapat memberikan output nilai pengaruh tidak langsung (indirect effect) dan total effect beserta nilai p, standard error, dan effect size.
7. WarpPLS dapat memberikan output nilai validitas prediktif berupa *Stone-Geisser Q-Squared coefficient*

Dalam analisis PLS-SEM terdapat beberapa tahapan yang akan digunakan yaitu *Outer Model* (Model Pengukuran), asumsi klasik, *Inner Model* (Model Struktural) dan Uji Hipotesis.



Gambar 3.1 Model Analisis

berdasarkan Gambar 3.2 Model analisis diatas, λ (lamda) menggambarkan hubungan indikator terhadap variabelnya, sedangkan γ (Gamma) dan β (Betta) menggambarkan besarnya nilai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, sehingga dapat diketahui hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Sedangkan (e/z) merupakan residual standart error.

3.7.2.1 Uji 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 refleksif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel (Hair et al., 2014)

1. *Convergent Validity*

Convergent Validity merupakan korelasi antar skor indikator refleksif dengan skor variabel latennya, dengan ketentuan nilai outer loading > 0.7

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity merupakan pengukuran indikator refleksif dengan skor variabel latennya. *Discriminant Validity* terpenuhi dengan ketentuan nilai muatan factor $> \text{Cross-loading}$. *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.

3. *Composite Reliability*

Composite Reliability nilai ini mencerminkan reliabilitas semua indikator dalam model. Besaran nilai hasil *composite reliability* minimal adalah 0,7.

4. *Cronbach alpha*

Cronbach alpha dapat dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach alpha coefficient* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* $> 0,7$.

Sehingga diperoleh model pengukuran yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana variabel manifest mempresentasi variabel laten untuk diukur (Ghozali, 2015), berikut adalah model pengukuran yang digunakan:

Variabel *Ease of Use*

$$X1 = \lambda_1 + e_1$$

$$X2 = \lambda_2 + e_2$$

$$X3 = \lambda_3 + e_3$$

$$X4 = \lambda_4 + e_4$$

Variabel *E-satisfaction*

$$M1 = \lambda_5 + e_5$$

$$M2 = \lambda_6 + e_6$$

$$M3 = \lambda_7 + e_7$$

Variabel *Repurchase Intention*

$$Y1 = \lambda_8 + e_8$$

$$Y2 = \lambda_9 + e_9$$

$$Y3 = \lambda_{10} + e_{10}$$

1.7.2.2 Asumsi Statistik

1. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau $Sig. > \alpha$. (Imam Ghozali, 2018).

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi diantara variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan juga nilai Tolerance. Tolerance mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yaitu adalah nilai VIF $< 10,00$ dan nilai Tolerance $> 0,10$. (Imam Ghozali, 2018).

1.7.2.3 Inner Model

Untuk menguji apakah model penelitian telah memenuhi kriteria ideal menggunakan *Goodness of Fit Model* pada analisis WarpPLS. *Goodness of Fit* diartikan sebagai indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten. Suatu model dikatakan fit jika kovarian matriks suatu model sama dengan kovarian matriks data. (Sholihin & Ratmono, 2013).

Tabel 3.4 Uji Model Penelitian

No	Model fit and Quality Indices	Kriteria Fit
1..	<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	$P < 0,05$
2.	<i>Average R-squared (ARS)</i>	$P < 0,05$
3.	<i>Average adjusted R-squared (AARS)</i>	$P < 0,05$
4.	<i>Average block VIF (AVIF)</i>	Diterima jika ≤ 5 , ideal $\leq 3,3$
5.	<i>Average full collinearity VIF (AFVIF)</i>	Diterima jika ≤ 5 , ideal $\leq 3,3$
6.	<i>Tenenhaus GoF (GoF)</i>	Small $\geq 0,1$; medium $\geq 0,25$; large $\geq 0,36$
7.	<i>Sympson's paradox ratio (SPR)</i>	Diterima jika $\geq 0,7$, ideal 1
8.	<i>R-squared contribution ratio (RSCR)</i>	Diterima jika $\geq 0,9$, ideal 1
9.	<i>Statistical suppression ratio (SSR)</i>	Diterima jika $\geq 0,7$
10.	<i>Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)</i>	Diterima jika $\geq 0,7$

Sumber: Sholihin & Ratmono (2013)

Dalam penelitian ini diperoleh model struktural yang digunakan untuk menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang telah dibangun dari substansi teori berdasarkan Ghazali (2015), sebagai berikut:

Model Struktural:

$$M = \gamma_2 + z_1$$

$$Y = \gamma_1 + \beta + z_2$$

3.8 Uji Hipotesis

Hipotesis diuji pada tingkat signifikan 0,05 (tingkat keyakinan 95%). Untuk mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesis, maka dilakukan dengan menggunakan metode *direct* dan *indirect effect* (Sholihin & Ratmono, 2013).

3.8.1 *Direct Effect*

Direct effect adalah pengaruh langsung yang dapat dilihat dari koefisien jalur dari variabel eksogen ke variabel endogen.

1. Apabila $p \text{ value} < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
2. Apabila $p \text{ value} > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

3.8.2 *Indirect Effect*

Indirect effect adalah pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi.

1. Jika koefisien jalur c'' dari hasil estimasi langkah (2) tetap signifikan dan tidak berubah ($c''=c$) maka hipotesis mediasi tidak didukung
2. Jika koefisien jalur c'' nilainya turun ($c'' < c$) tetapi tetap signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*)

3. Jika koefisien jalur c'' nilainya turun ($c'' < c$) dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (full mediation).

Berdasarkan uraian diatas diperoleh hipotesis statistik dan kriteria uji yang akan digunakan dalam penelitian. Hipotesis statistik adalah suatu pernyataan operasional dalam penelitian kuantitatif yang diterjemahkan dalam bentuk angka-angka statistik sesuai dengan alat ukur yang dikehendaki oleh peneliti sedangkan kriteria uji adalah bentuk pembuatan keputusan dalam menerima atau menolak hipotesis (Ghozali, 2015).

- a. Hipotesis Statistik
 1. $H_0: \gamma_1 = 0$; $H_a : \gamma_1 \neq 0$
 2. $H_0: \gamma_2 = 0$; $H_a : \gamma_2 \neq 0$
 3. $H_0: \beta = 0$; $H_a: \beta \neq 0$
 4. $H_0: \gamma_1\beta = 0$; $H_a \gamma_1\beta \neq 0$
- b. Statistik dan kriteria uji
 1. Uji bootstrap. H_0 ditolak jika hasil uji bootstrap γ_1 memberikan nilai $p < 0,05$
 2. Uji bootstrap. H_0 ditolak jika hasil uji bootstrap γ_2 memberikan nilai $p < 0,05$
 3. Uji bootstrap. H_0 ditolak jika hasil uji bootstrap β memberikan nilai $p < 0,05$
 4. Uji bootstrap. H_0 ditolak jika hasil uji bootstrap efek mediasi $\gamma_1\beta$ memberikan nilai $p < 0,05$