

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif serta menggunakan metode *explanatory research* yaitu penelitian dengan pengujian hipotesis dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Metode kuantitatif merupakan metode yang dilandaskan oleh filsafat *positivisme*, yang dimaksudkan untuk meneliti sampel dan populasi tertentu yang umumnya dilakukan secara acak. Metode pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat statistik yang ditujukan sebagai pengujian hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

3.2 Subyek dan Obyek Penelitian.

3.2.1 Subyek penelitian.

Subyek pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi *marketplace* Tokopedia atau Shopee.

3.2.2 Obyek penelitian.

Obyek penelitian ini adalah kemudahan penggunaan (*Ease of Use*), kepercayaan (*Trust*) terhadap minat beli ulang (*Repurchase Intention*) pengguna aplikasi *marketplace* Tokopedia atau Shopee.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.

3.3.1 Definisi Operasional.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yang terdiri *Intention*, variabel independen (X) adalah *Ease of Use* dan variabel

mediasi (*Z*) adalah *Trust*. Definisi operasional dari ketiga variabel tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

A. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2018). Variabel dependen dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*).

Mengacu pada Davis et al (1989) kemudahan penggunaan (*Ease of Use*) dalam penelitian ini didefinisikan kemudahan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi *marketplace* Tokopedia/Shopee. *Ease of Use* ini diukur dengan indikator yang diadopsi dan adaptasi dari Davis et al (1989) sebagai berikut:

- a *Easy to learn* : Konsumen merasa aplikasi Tokopedia / Shopee mudah dipelajari.
- b *Controllable* : Konsumen merasa aplikasi Tokopedia / Shopee mudah dioperasikan.
- c *Clear and Understanable* : Konsumen memahami aplikasi Tokopedia / Shopee dengan jelas.
- d *Flexible* : Tokopedia / Shopee dapat dioperasikan kapanpun dan dimanapun.
- e *Easy to become Skillfull* : Konsumen merasa mudah menguasai aplikasi Tokopedia / Shopee.

f *Easy to Use* : Konsumen merasakan kemudahan berbelanja dengan aplikasi Tokopedia / Shopee.

2. Kepercayaan (*Trust*).

Mengacu pada Mowen & Minor (2002) kepercayaan (*Trust*) pada penelitian ini didefinisikan sebagai kepercayaan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan aplikasi *marketplace* Tokopedia/Shopee. Mengadopsi dan mengadaptasi dari Mayer et al., (2011) kepercayaan (*Trust*) terukur melalui dimensi berikut :

- a. Kemampuan (*Ability*) : Konsumen merasa aman berbelanja melalui aplikasi Tokopedia / Shopee.
- b. Integritas (*Integrity*) : Tokopedia/Shopee menyediakan produk yang sesuai harapan.
- c. Kebaikan atau Ketulusan hati (*Benevolence*) : Tokopedia/Shopee selalu berusaha menyediakan layanan terbaik bagi pelanggan.

B. Variabel Dependen.

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat oleh variabel bebas (Sugiyono, 2018).

Variabel dependen dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Minat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Mengacu pada Kotler & Keller (2012) minat beli ulang (*Repurchase Intention*) pada penelitian ini didefinisikan minat konsumen dalam melakukan pembelian secara berulang menggunakan aplikasi *marketplace* Tokopedia/Shopee.

Mengadopsi dan mengadaptasi konsep yang dikemukakan (Wen et al., 2011) minat beli ulang ini dapat dilihat dan dicerminkan melalui beberapa indikator berikut :

1. Konsumen berniat untuk terus melakukan belanja *online* di Tokopedia atau Shopee daripada menghentikan penggunaannya.
2. Konsumen berniat untuk terus berbelanja *online* di Tokopedia atau Shopee daripada melakukan belanja secara tradisional.
3. Apabila memungkinkan, konsumen ingin terus berbelanja *online* di Tokopedia atau Shopee sebanyak mungkin.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel Penelitian.

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
Kemudahan (Ease Of Use)	a <i>Easy to learn</i>	1. Konsumen merasa aplikasi Tokopedia / Shopee mudah dipelajari.	(D.Davis, 1989)
	b <i>Controllable</i>	2. Konsumen merasa aplikasi Tokopedia dan / dioperasikan.	
	c <i>Clear and Understandable</i>	3. Konsumen memahami aplikasi Tokopedia / Shopee dengan jelas.	
	d <i>Flexible</i>	4. Konsumen merasa aplikasi Tokopedia/Shopee dapat dioperasikan kapanpun dan dimanapun.	
	e <i>Easy to become Skillful</i>	5. Konsumen merasa mudah menguasai aplikasi Tokopedia / Shopee.	
	f <i>Easy to use</i>	6. Konsumen merasakan kemudahan berbelanja dengan aplikasi Tokopedia / Shopee.	

Lanjutan tabel 3.1			
Kepercayaan (<i>Trust</i>)	a <i>Ability</i> (Kemampuan)	7. Konsumen merasa aman berbelanja melalui aplikasi Tokopedia / Shopee.	(Mayer et al., 2011)
	b <i>Integrity</i> (Integritas)	8. Tokopedia/Shopee menyediakan produk yang sesuai dengan harapan	
	<i>Benevolence</i> c (Kebaikan Hati)	9. Tokopedia / Shopee selalu berusaha menyediakan layanan terbaik bagi pelanggan.	
Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	a Minat Membeli Kembali	10. Konsumen berniat untuk terus melakukan belanja <i>online</i> di Tokopedia / Shopee daripada menghentikan penggunaannya.	(Wen et al., 2011a)
		11. Konsumen berniat untuk terus berbelanja <i>online</i> di Tokopedia / Shopee daripada melakukan belanja secara tradisional.	
		12. Apabila memungkinkan, konsumen ingin terus berbelanja <i>online</i> di Tokopedia / Shopee sebanyak mungkin.	

Sumber : Jurnal yang sudah diolah.

3.3.2 Pengukuran variabel.

Pada penelitian ini, peneliti memberikan kuesioner pada pengguna aplikasi *marketplace* Tokopedia / Shopee, dengan tujuan mendapatkan data yang kemudian untuk di analisis. Pernyataan yang tercantum dalam kuesioner diukur menggunakan skala *Bipolar Adjective*. Skala *Bipolar Adjective* merupakan penyempurnaan dari *semantic scale* yang bertujuan untuk mendapatkan respon dalam bentuk *intervally scaled data* (Ferdinand, 2014).

Skala yang digunakan berupa skala 1-10, angka 1 mengartikan sangat tidak setuju hingga angka 10 yang berarti sangat setuju.

3.4 Populasi dan Sampel.

3.4.1 Populasi.

Sugiyono (2018) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah pengguna *marketplace* Tokopedia / Shopee yang jumlahnya masih belum diketahui.

3.4.2 Sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *random sampling*, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan.

Mengacu pada Hair et al (2013) panduan ukuran minimum dalam analisis SEM-PLS yaitu sama atau lebih besar dari kondisi (1) sepuluh kali dari jumlah indikator formatif terbesar yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk atau (2) sepuluh kali dari jumlah jalur struktural terbesar yang mengarah pada suatu konstruk tertentu. Panduan tersebut kadang dibuat

panduan 10 kali (*10 time rule of thumb*) yang secara praktis adalah 10 kali dari jumlah maksimum anak panah (jalur) yang mengenai sebuah variabel laten dalam model SEM-PLS. Dengan demikian jumlah sampel minimum pada penelitian ini di dapat melalui rumus berikut:

$$\begin{array}{l} 10 \times \text{jumlah jalur pada variabel} \\ = \\ 10 \times 3 \text{ (jalur variabel laten)} = 30 \end{array}$$

Dengan demikian jumlah sampel minimum pada penelitian ini adalah 30 responden, namun untuk menyesuaikan dengan populasi objek maka peneliti menetapkan 100 sampel dalam penelitian ini.

3.5 Metode Sampling.

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* yang diartikan sebagai teknik yang tidak memberikan kesempatan sama terhadap populasi untuk dipilih untuk dijadikan sampel. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *teknik Purposive Sampling* yang di artikan sebagai teknik pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2018).

3.6 Jenis dan Sumber Data.

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data kuantitatif, karena dalam mempresentasikan nilai ukuran dan variabel menggunakan angka. Penelitian ini mengadopsi sumber penelitian dari Sugiyono (2018) yang

mengklasifikasikan sumber data terdiri dari sumber data primer dan data sekunder:

3.6.1. Data Primer.

Data primer adalah data yang didapat secara langsung yang diamati dan dicatat untuk pertama kali (Sugiyono, 2018). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket *online* kepada pengguna aplikasi *marketplace* Tokopedia / Shopee.

3.6.2. Data Sekunder.

Data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung, data sekunder berupa data yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi dan studi kepustakaan, adapun data pendukung penelitian ini ialah dokumentasi pada obyek penelitian seperti data penjualan dan sejarah perusahaan.

3.7 Metode pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2018) metode pengumpulan data dapat menggunakan angket, observasi dan wawancara. Pada penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang mendukung penelitian. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut :

3.7.1 Kuisisioner.

Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data dengan menyebar kuisisioner atau link *online* kepada responden untuk mengisi pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti. Dikarenakan indikator pada penelitian ini

menggunakan kuisisioner secara *online*, maka peneliti akan menyebar kuisisioner *online* untuk mendapatkan informasi dari pengguna aplikasi *marketplace* yang kemudian akan di pilih dengan kriteria yang sesuai untuk pengambilan sampel.

3.7.2 Dokumentasi.

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data melalui catatan, artikel dan jurnal untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi digunakan agar hasil kuisisioner yang telah diisi oleh responden lebih akurat dan memiliki *literature* yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.

3.8.1 Uji Validitas.

Uji validitas merupakan suatu pengukuran yang dilakukan untuk mengukur tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian. Apabila suatu instrumen valid maka akan memiliki tingkat validitas yang tinggi, dan sebaliknya apabila instrumen kurang valid maka tingkat validitas juga rendah (Sugiyono, 2018).

Analisis validitas diukur menggunakan data instrumen, instrumen penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuisisioner adalah valid,
- b. Jika $r \leq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuisisioner adalah tidak valid.

Tabel 3. 2

Tabel Uji Validitas

No	VARIABEL	Item	r Hitung	R Kritis	Sig	Keterangan
1	<i>Ease of Use</i>	<i>Ease1</i>	0,807	0,30	0,000	Valid
2		<i>Ease2</i>	0,764	0,30	0,000	Valid
3		<i>Ease3</i>	0,589	0,30	0,001	Valid
4		<i>Ease4</i>	0,694	0,30	0,000	Valid
5		<i>Ease5</i>	0,748	0,30	0,000	Valid
6		<i>Ease6</i>	0,637	0,30	0,000	Valid
7	<i>Trust</i>	<i>Trust1</i>	0,642	0,30	0,000	Valid
8		<i>Trust2</i>	0,712	0,30	0,000	Valid
9		<i>Trust3</i>	0,729	0,30	0,000	Valid
10	<i>Repurchase Intention</i>	<i>RI01</i>	0,814	0,30	0,000	Valid
11		<i>RI02</i>	0,699	0,30	0,000	Valid
12		<i>RI03</i>	0,561	0,30	0,001	Valid

Sumber : Data diolah ,2022.

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa terlihat korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari 0,3 sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban yang telah diberikan oleh responden sehingga jawaban lebih akurat. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan formula *cronbach alpha*. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,6.

Tabel 3. 3

Tabel Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
<i>Ease of Use</i>	0,875	0,6	Reliabel
<i>Trust</i>	0,767	0,6	Reliabel
<i>Repurchase Intention</i>	0,764	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah ,2022.

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai di atas 0,6 sehingga dinyatakan semua variabel adalah reliabel, dan selanjutnya semua item dalam setiap variabel layak untuk dijadikan sebagai alat ukur.

3.9 Teknik Analisa Data.

3.9.1 Analisis Deskriptif.

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

$$((\%F1x1) + (\%F2x2) + (\%F3x3) + (\%F4x4) + (\%F5x5) + (\%F6x6) + (\%F7x7) + (\%F8x8) + (\%F9x9) + (\%F10x10)) / 10.$$

Keterangan :

F1 : Frekuensi responden yang menilai angka 1.

F2 : Frekuensi responden yang menilai angka 2

F3 : Frekuensi responden yang menilai angka 3

F4 : Frekuensi responden yang menilai angka 4

F5 : Frekuensi responden yang menilai angka 5

F6 : Frekuensi responden yang menilai angka 6

F7 : Frekuensi responden yang menilai angka 7

F8 : Frekuensi responden yang menilai angka 8

F9 : Frekuensi responden yang menilai angka 9

F10 : Frekuensi responden yang menilai angka 10

Berdasarkan rumus diatas, jawaban responden berangkat dari angka 1 sampai 10, maka angka indeks akan dimulai dari angka 10 sampai dengan 100 rentang sebesar 90, dengan menggunakan kriteria *three-box method*, maka rentang 90 akan dibagi menjadi tiga, sehingga menghasilkan rentang sebesar 30. Perhitungan ini akan digunakan untuk dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut :

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

3.9.2 Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)-PLS.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan model analisis regresi mediasi dan pengolahan data menggunakan program Warp PLS (*Partial Least Square*) versi 7. 0. Analisis mediasi SEM-PLS ini digunakan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai pengaruh *Ease of Use* (X) terhadap *Repurchase Intention* (Y) dengan *Trust* (Z) Sebagai variabel mediasi. Sesuai dengan Baron & Kenny (1986) analisis dalam penelitian ini menggunakan dua metode untuk menunjukkan serangkaian persyaratan yang harus dipenuhi untuk model mediasi.

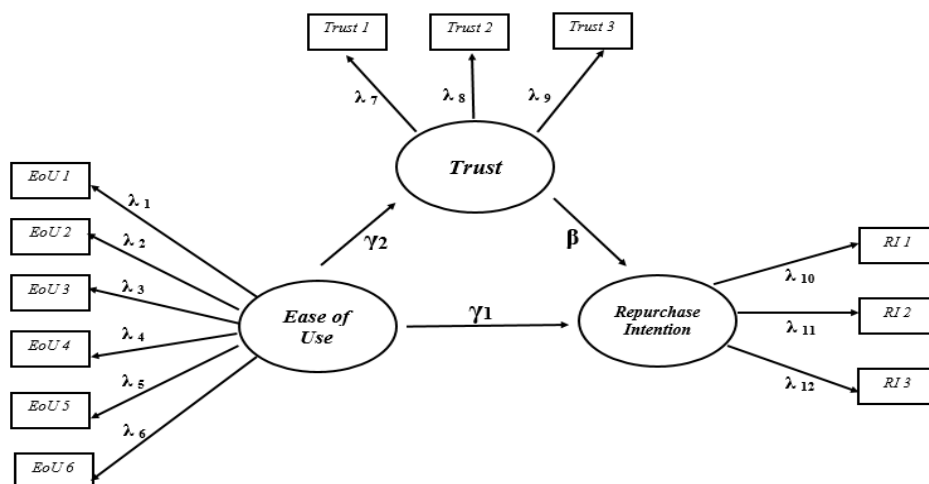
Lebih lanjut, PLS adalah analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data dengan mengukur skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (di bawah 100 sampel). Keunggulan keunggulan

PLS:

1. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks).
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: nomonal, ordinal, dan kontinu.

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



Sumber : Gambar diolah, 2022

Model adalah tiruan dari gejala yang akan diteliti dan menggambarkan hubungan antara variabel-variabel atau komponen gejala tersebut (Aubrey Fisher, 1978). Berdasarkan Gambar 3.1 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.

3.9.2.1 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 refleksif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel.

a. *Convergent validity.*

Korelasi antara skor indikator refleksif dengan skor variabel latennya. Untuk hal ini loading 0.5 sampai 0.6 dianggap cukup, pada jumlah indikator per variabel laten tidak besar, berkisar antara 3 sampai 7 indikator

b. *Discriminant validity.*

Pengukuran indikator refleksif berdasarkan *cross loading* dengan variabel latennya bilamana nilai *cross loading* setiap indikator pada variabel bersangkutan terbesar dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel laten lainnya maka dikatakan valid. Metode lain dengan

membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap variabel laten dengan korelasi antar variabel laten lainnya dalam model, jika *square root of average variance extracted* (AVE) variabel laten lebih besar dari korelasi dengan seluruh variabel laten lainnya maka dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik. Direkomendasikan nilai pengukuran lebih besar dari 0.50 dan dipandang valid.

$$AVE = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i var(\varepsilon_i)}$$

c. Composite reliability (pc).

Kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki *composite reliability* ≥ 0.7 , walaupun bukan merupakan standar absolut.

$$pc = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum_i var(\varepsilon_i)}$$

d. Alpha Cronbach.

Kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki koefisien alfa ≥ 0.6 .

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

Tabel 3. 4 Model Pengukuran.

No	Variabel	Model Pengukuran
1	<i>Ease of Use</i>	$EoU_1 = \lambda_1 + e1$
		$EoU_2 = \lambda_2 + e2$
		$EoU_3 = \lambda_3 + e3$
		$EoU_4 = \lambda_4 + e4$
		$EoU_5 = \lambda_5 + e5$
		$EoU_6 = \lambda_6 + e6$
2	<i>Trust</i>	$T_1 = \lambda_7 + e7$
		$T_2 = \lambda_8 + e8$
		$T_3 = \lambda_9 + e9$
3	<i>Repurchase Intention</i>	$RI_1 = \lambda_{10} + e10$
		$RI_2 = \lambda_{11} + e11$
		$RI_3 = \lambda_{12} + e12$

Sumber : Data diolah, 2022.

3.9.2.2 Uji Asumsi Statistik.

Uji asumsi statistik merupakan tahapan awal yang digunakan sebelum analisis linier berganda (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini uji asumsi statistik yang di gunakan adalah uji normalitas dan uji multikolinieritas.

1. Uji Normalitas.

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Menurut (Sholihin & Dwi Ratmono, 2013) dalam pengujian menggunakan SEM_PLS tidak menyaratkan hasil yang normal pada uji normalitas, dengan demikian meskipun nilai pada hasil perhitungan normalitas

menunjukkan hasil tidak normal maka tetap diartikan memenuhi syarat dan dapat digunakan analisis lebih lanjut

2. Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (*independent*). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2016).

Uji multikolonieritas pada penelitian ini menggunakan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolonieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*variance inflation factor*) serta toleransinya. Apabila nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai toleran tidak kurang 0,1 maka model dapat dikatakan bebas dari multikolonieritas, kemudian apabila VIF berskala dibawah 10 dan nilai toleran mendekati 1, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut terdapat problem multikolonieritas (Ghozali, 2016). Apabila didalam model regresi tidak ditemukan asumsi deteksi seperti diatas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolonieritas.

3.9.2.3 Inner Model.

Uji *Goodness of Fit (Inner Model)* atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual.

Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai-nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 di tolak). Sebaliknya perhitungan statistik disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 di terima.

Inner model menggunakan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. Model structural dinilai dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q square* untuk relevansi prediktif, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh substantif variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. *Q-square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai relevansi prediktif, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediktif. Berikut kriteria dalam Model Fit :

Tabel 3. 5 Kriteria Model Fit.

<i>Model Fit and Quality Indices</i>	Kriteria Fit
1. <i>Average Path Coefficient (APC)</i>	$P < 0,001$
2. <i>Average R-Squared (ARS)</i>	$P < 0,001$
3. <i>Average Adjusted R-Squared (AARS)</i>	$P < 0,001$
4. <i>Average Block VIF (AVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 ; Ideally $\leq 3,3$
5. <i>Average Full Collinearity (AFVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 ; Ideally $\leq 3,3$
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>	Acceptable if $\geq 0,7$; Ideally = 1

Lanjutan Tabel 3.5	
8. <i>R-Squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	Acceptable if $\geq 0,9$; Ideally = 1
9. <i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$
10. <i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$

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:

1. $M = \gamma_2 + z_1$
2. $Y = \gamma_1 + \beta + z_2$

3.9.3 Uji Hipotesis.

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan pengaruh variabel mediasi dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen. Maka pengujian hipotesa dengan analisis regresi mediasi dilakukan dengan menggunakan program Warp PLS 7.0. Hipotesa ini diuji pada tingkat signifikan 0,05 (tingkat keyakinan 95%). Untuk mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesa, maka dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikan dan alpha (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 terhadap variabel terikat.

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).

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. $H_0: \gamma_1\beta = 0$; $H_a \gamma_1\beta \neq 0$

Statistik Dan Kriteria Uji.

1. Uji *bootstrap*. H_0 ditolak jika hasil uji *bootstrap* γ_3 memberikan nilai $p < 0,05$.
2. Uji *bootstrap*. H_0 ditolak jika hasil uji *bootstrap* γ_1 memberikan nilai $p < 0,05$.
3. Uji *bootstrap*. H_0 ditolak jika hasil uji *bootstrap* γ_2 memberikan nilai $p < 0,05$.
4. Uji *bootstrap*. H_0 ditolak jika hasil uji *bootstrap* efek mediasi γ_4 memberikan nilai $p < 0,05$.

3.9.4 Uji Mediasi.

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