

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif, sedangkan metode yang akan dipakai adalah *explanatory research*. *Explanatory research* yaitu sebuah metode penelitian digunakan untuk menggambarkan besar kecilnya pengaruh antara variabel independent, mediasi dan dependen. Objek penelitian ini yaitu Orientasi Pasar (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2), Inovasi Produk (Y1) dan Kinerja Pemasaran (X2). Lokasi penelitian ini pada Desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang.

Populasi dalam penelitian ini seluruh pemilik UMKM Manik-manik desa Plumbon Gambang. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling yaitu semua pengusaha mebel yang memiliki usaha di desa Plumbon Gambang yang memiliki jumlah keseluruhan sebanyak 43 pengusaha manik-manik. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini memakai skala *Likert*, cara pengumpulan data dilakukan melalui angket, wawancara dan literatur dari berbagai sumber. Metode analisis data yang digunakan adalah *SEM PLS* dengan alat *Warp PLS 5.0* serta melakukan uji hipotesis berupa uji t, uji mediasi dan uji koefisien determinasi.

3.2 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel.

3.2.1 Orientasi Pasar.

Orientasi pasar adalah menciptakan nilai yang unggul bagi usaha dengan memberi perhatian terhadap keinginan dan kebutuhan konsumennya. Indikator orientasi pasar yang dikemukakan Narver dan Slater (1990):

1. Orientasi pelanggan, merupakan konsep yang dimiliki para pengusaha dalam menciptakan produk yang disukai dan diinginkan pembeli.
2. Orientasi pesaing, merupakan konsep untuk mengetahui kemampuan jangka pendek, kelemahan, keunggulan jangka panjang, dan strategi dari pesaing potensialnya.
3. Koordinasi antar fungsi, merupakan konsep untuk menggunakan sumber daya perusahaan yang dikoordinasikan agar mampu menciptakan nilai tambah untuk pelanggan yang ditargetkan.

3.2.2 Orientasi Kewirausahaan.

Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan seorang pengusaha untuk kreatif dan inovatif melalui pembelajaran dari berbagai media untuk menemukan sebuah peluang. Indikator orientasi kewirausahaan yang dikemukakan Weerawerdeena (2003):

1. Keinovatifan, kecenderungan pengusaha untuk terlibat berfikir kreatif dan melakukan eksperimen dalam mengenalkan produk atau jasa baru melalui kepemimpinan teknologi melalui riset dan pengembangan dalam kegiatan produksi baru.

2. Keproaktifan, memiliki sebuah inisiatif tanggap terhadap perkembangan yang dialami dan peluang yang muncul.
3. Pengambilan resiko, mengambil langkah tegas untuk mengeksplorasi kejadian yang tidak diketahui atau menempatkan sumber daya untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti.

3.2.3 Inovasi Produk.

Inovasi produk adalah meningkatkan nilai tambah yaitu dengan terus melakukan perbaikan produknya sehingga akan memiliki keunggulan dibandingkan produk yang lainnya didalam pasar. Lukas dan Ferrell (2000) menjelaskan beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

1. Perluasan lini adalah pengembangan produk yang sudah ada sebelumnya.
2. Produk tiruan adalah membuat produk yang sama dengan produk yang dihasilkan pesaing.
3. Produk baru yaitu produk yang termasuk baru baik bagi perusahaan maupun pasar.

3.2.4 Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan faktor yang sering digunakan untuk mengukur pencapaian yang dimiliki perusahaan. Ferdinand (2000) menjelaskan beberapa indikator dari kinerja pemasaran, yaitu:

1. Pertumbuhan Penjualan yaitu terjadinya kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu.
 2. Nilai Penjualan yaitu jumlah produk yang terjual yang dinyatakan dalam bentuk rupiah.
-

3. Porsi Pasar yaitu peran produk dalam menguasai pasar untuk produk sejenis dibandingkan para kompetitor.

Tabel 3.1. Kisi – Kisi Instrumen Operasional

Variabel	Indikator Variabel	Kisi-kisi Instrumen
Orientasi Pasar (X1) Narver, et al (1990)	X.1.1 Orientasi Pelanggan	X.1.1.1 Mampu membuat produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan.
	X.1.2 Orientasi Pesaing	X.1.2.2 Mampu melakukan sebuah tindakan terhadap pesaing potensial.
	X.1.3 Koordinasi Antar Fungsi	X.1.3.3 Melakukan komunikasi untuk dapat bekerja sama di antara divisi yang ada di dalam UMKM.
Orientasi Kewirausahaan (X2) Weerawerdeena (2003)	X.2.1 Keinovatifan	X.2.1.4 Mampu membuat produk yang kreatif dengan menggunakan teknologi terbaru.
	X.2.2 Keproaktifan	X.2.2.5 Selalu tanggap terhadap perubahan untuk mencari peluang yang muncul di lingkungan.
	X.2.3 Pengambilan Resiko	X.2.3.6 Memiliki tindakan yang berani untuk menghadapi ketidak pastian yang terjadi di lingkungan.
Inovasi Produk (Y1) Lukas dan Ferrell (2000)	Y.1.1 Perluasan Produk	Y.1.1.7 Mampu membuat produk lebih bervariasi yang berbeda dari produk yang sudah dimiliki UMKM
	Y.1.2 Produk Tiruan	Y.1.2.8 Melakukan penyamaan terhadap produk yang telah sukses di pasaran.
	Y.1.3 Produk Baru	Y.1.3.9 Membuat produk yang belum pernah ada dengan melakukan pengembangan produk.
Kinerja Pemasaran (Y2) Ferdinand (2000)	Y.2.1 Pertumbuhan Penjualan	Y.2.1.10 Mampu meningkatkan jumlah penjualan serta pelanggan
	Y.2.2 Nilai Penjualan	Y.2.2.11 Mampu menghasilkan laba sesuai dengan target yang dimiliki.
	Y.2.3 Porsi Pasar	Y.2.3.12 Mampu menghasilkan pertumbuhan pasar sesuai dengan target yang dimiliki.

Sumber: Narver *et al*, (1990), Weerawerdeena (2003), Lukas dan Ferrell (2000) dan Ferdinand (2000)

3.3 Penentuan Populasi dan Sampel.

3.3.1 Populasi.

Populasi merupakan jumlah dari keseluruhan objek atau subjek didalamnya mempunyai karakteristik dan kualitas sesuai dengan syarat yang telah ditetapkan oleh peneliti agar dapat diteliti kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2015). Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi berjumlah 43 yang keseluruhan merupakan para pemilik UMKM Manik-manik desa Plumbon Gambang. Kecamatan Mojowarno. Kabupaten Jombang.

3.3.2 Sampel.

Nursalam, 2008 menyatakan bahwa sampling merupakan sebuah teknik yang dijalankan melalui pengambilan sejumlah sampel yang sesuai dengan keseluruhan obyek penelitian. Teknik dalam pengambilan sampel dari penelitian ini memakai total sampling. Total sampling merupakan teknik pengambilan sampel sehingga jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiyono, 2007). Hal yang melatar belakangi pengambilan total sampling ialah menurut Sugiyono (2007) jumlah populasi yang kurang dari 100 pengusaha. Oleh karena itu seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian ini yaitu semua pengusaha mebel yang berada di desa Wringinpitu yang memiliki jumlah keseluruhan sebanyak 43 pengusaha manik-manik.

3.4 Jenis dan Sumber Data.

Menurut Sugiono (2015), jenis-jenis sumber data menurut cara untuk memperolehnya dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

1. Data Primer

Data primer ialah data yang dapat diperoleh dari responden dengan kuesioner, kelompok fokus, panel, atau data yang diperoleh berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti bersama responden. Data yang didapatkan dari data primer harus melalui sebuah proses pengolahan (Sugiono, 2015). Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data primer berupa:

a. Angket

Angket ialah sebuah teknik mengumpulkan data yang dijalankan dengan cara mengajukan pernyataan sistematis tertulis kepada responden untuk diberikan jawaban (Sugiyono, 2015). Tipe Angket yang dipakai untuk penelitian ini ialah Angket dengan pernyataan-pernyataan tertutup. Pernyataan tertutup dapat mempermudah responden dalam menjawab pernyataan secara cepat, dan mampu mempermudah peneliti untuk menjalankan analisis data kepada seluruh angket yang dapat terkumpul.

b. Wawancara

Wawancara sebuah teknik untuk mengumpulkan data dapat diperoleh secara langsung dengan para pengusaha UMKM mebel di desa Wringinpitu Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang sebagai responden dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang sistematis.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan cara untuk mendapatkan data melalui catatan, buku, dan majalah berupa laporan publikasi keuangan perusahaan, laporan data

pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, dan lain sebagainya (Sugiyono, 2015). Data sekunder yang digunakan peneliti bersumber dari buku-buku, jurnal, dan data-data yang diperlukan, serta menggunakan media internet untuk memperoleh informasi.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran Angket untuk penelitian tersebut memakai skala *Likert*, yaitu skala yang dipakai untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat seseorang atau kelompok orang berdasarkan fenomena sosial (Sugiyono, 2015). Skala *Likert*, variabel yang diukur diuraikan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan item-item instrumen yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan. Jawaban yang diperoleh untuk tiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* memiliki gradasi mulai sangat positif sampai dengan sangat negatif. Dalam keperluan untuk analisis kuantitatif, sehingga jawaban tersebut dapat diberi nilai, misalnya:

Tabel 3. 2 *Skala Likert*

Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat setuju
(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)
1	2	3	4	5

Sumber: Sugiyono, 2015

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Cara yang dilakukan

adalah dengan analisa item, dimana setiap nilai total seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* (Sugiyono, 2003).

$$r_{xy} = \frac{n \sum (X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Di mana:

r_{xy} = Koefisien korelasi *Product Moment* antara item dan total

n = Jumlah subyek yang akan diteliti

X = Skor tiap item

Y = Total nilai untuk setiap variabel yang diteliti

Sugiyono (2015) menyatakan syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r lebih dari atau sama dengan 0,3. jadi apabila korelasi antara butir-butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.4
Validitas Instrumen

Variabel	Indikator Variabel	Nilai	Kriteria
Orientasi Pasar (X1)	X.1.1 Orientasi Pelanggan	0,937	Valid
	X.1.2 Orientasi Pesaing	0,935	Valid
	X.1.3 Koordinasi Antar Fungsi	0,907	Valid
Orientasi Kewirausahaan (X2)	X.2.1 Keinovatifan	0,775	Valid
	X.2.2 Keproaktifan	0,782	Valid
	X.2.3 Pengambilan Resiko	0,809	Valid
Inovasi Produk (Y1)	Y.1.1 Perluasan Produk	0,926	Valid
	Y.1.2 Produk Tiruan	0,884	Valid
	Y.1.3 Produk Baru	0,945	Valid
Kinerja Pemasaran (Y2)	Y.2.1 Pertumbuhan Penjualan	0,944	Valid
	Y.2.2 Nilai Penjualan	0,937	Valid
	Y.2.3 Porsi Pasar	0,921	Valid

Sumber: Data yang diolah SPSS versi 24

Dari tabel 3.4 diketahui dari 30 responden untuk menguji kevalidan instrumen dapat diketahui bahwa nilai dari masing-masing indikator menunjukkan hasil lebih dari 0,3 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator termasuk kriteria valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Realibilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Sugiono, 2015). Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan secara konsisten atau tidak. Untuk uji reliabilitas ini digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dikatakan bahwa instrumen ini dikatakan

handal bila memiliki koefisien keandalan atau *alpha* sebesar 0,5 atau 0,6 (Sugiono, 2007).

Rumus untuk uji reliabilitas :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_j^2}{S_x^2} \right]$$

Di mana:

α = Koefisien reliabilitas alpha

S_x = Varians skor tiap-tiap item

S_j = Varian total

K = Jumlah Variabel

Tabel 3.5

Reliabilitas Instrumen

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Kriteria
Orientasi Pasar (X1)	0,912	Reliabel
Orintasi Kewirausahaan (X2)	0,693	Reliabel
Inovasi Produk (Y1)	0,906	Reliabel
Kinerja Pemasaran (Y2)	0,923	Reliabel

Sumber: Data yang diolah *SPSS versi 24*

Dari tabel 3.5 diketahui dari 30 responden untuk menguji reliabilitas instrumen dapat diketahui bahwa nilai dari masing-masing variabel menunjukkan hasil lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator termasuk kriteria reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Ghozali (2007) menyatakan bahwa statistik deskriptif merupakan bagian statistika yang menjelaskan bagaimana cara pengumpulan dan menyajikan data agar sederhana untuk dipahami dan dimengerti. Statistika deskriptif berhubungan dengan suatu hal menguraikan dan menyajikan keterangan-keterangan tentang sebuah data atau kejadian yang terjadi. Statistika deskriptif berfungsi menerangkan gejala, kejadian, atau persoalan. Kesimpulan yang dapat diperoleh pada statistika deskriptif (jika ada) hanya ditampilkan pada kumpulan data yang ada.

Analisa deskriptif terdapat beberapa item terdiri dari 5 item pertanyaan dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{range skor}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi range skor sebagai berikut:

- 1) 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
 - 2) > 1,8 – 2,6 = Buruk
 - 3) >2,66 – 3,4 = Cukup
 - 4) >3,4 – 4,2 = Baik
 - 5) >4,2 – 5,0 = Sangat Baik
- Sumber: (Sudjana,2005)

3.7.2 Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan *software Warp PLS* versi 5.0 karena penelitian ini menggunakan teknik statistika multivarian dengan melakukan tiga variabel yaitu variabel independen, variabel intervening, dan variabel dependen. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang di desaiun untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik data. PLS (*Partial Least Square*) adalah analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (Jogianto dan Abdillah, 2009).

Lebih lanjut, PLS adalah metode analisis yang bersifat soft modeling karena tidak mengasumsikan data dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel). Perbedaan mendasar PLS yang merupakan SEM berbasis varian dengan LISREL atau AMOS yang berbasis kovarian adalah tujuan penggunaannya (Jogianto dan Abdillah, 2009).

Keunggulan-keunggulan PLS:

1. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks).
2. Mampu mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independent.
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 konstruk reflektif dan formatif.
6. Dapat digunakan pada sampel kecil.
7. Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal.
8. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu: nominal, ordinal, dan kontinu.

PLS menggunakan metoda principle componen analysis dalam model pengukurannya, yaitu blok ekstrasi varian untuk melihat hubungan indikator dengan konstruk latennya dengan menghitung total varian yang terdiri dari varian umum (*common varance*), varian spesifik (*specific variance*), dan varian error (*error variance*). Sehingga total varian menjadi tinggi.

3.7.3 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).

3.7.3.1 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 Abdillah, 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, 2002).

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.

3.7.3.2 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.

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 Q-square test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur struktural.

c. *Estimate for Path Coefficients*

Estimate for Path Coefficients, merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten. Dilakukan dengan prosedur *Bootstrapping*. Menggambarkan vector endogen (dependen) variabel laten, adalah *vector variabel exogen* (independent) dan adalah vector variabel residual. Oleh

karena PLS didesain untuk model *recursive*, maka hubungan antar variabel laten, setiap variabel laten dependen, atau sering disebut causal chain sistem dari variabel laten dapat dispesifikasikan. Jika hasil menghasilkan nilai lebih besar dari 0,2 maka dapat diinterpretasikan bahwa predictor laten memiliki pengaruh besar pada level struktural.

d. *Prediction relevance (Q square)*

Prediction relevance (Q square) atau dikenal dengan *Stone-Geisser's*. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi dengan prosedur *blinfoling*. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar). Hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif. R-square model PLS dapat dievaluasi dengan melihat *Q square predictive relevance* untuk model variabel. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q square* kurang dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Namun, jika hasil perhitungan memperlihatkan nilai *Q-square* lebih dari 0 (nol), maka model layak dikatakan memiliki nilai prediktif yang relevan.

3.8 Pengujian Hipotesis

3.8.1 Uji t

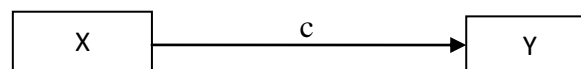
Uji t berfungsi untuk melakukan pengujian secara parsial masing-masing variabel penelitian. Hasil uji t dapat diketahui pada tabel *coefficients* pada kolom *significant*. Apabila probabilitas nilai t dan tingkat signifikansi $< 0,05$ dapat

dikatakan terjadi pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial. Probabilitas nilai t dengan tingkat signifikansi $> 0,05$, sehingga dapat disebutkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas kepada variabel terikat, Sugiyono (2011).

3.8.2 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 *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. Seperti yang telah diuraikan oleh Baron dan Kenny (1986).

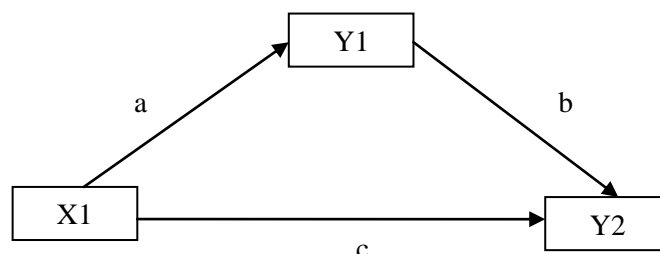
1. Metode Pertama (*Direct Effect*)



Gambar 3.1 *Direct effect*

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

2. Metode Kedua (*Indirect Effect*)



Gambar 3.2 *Indirect effect*

Metode ini menggunakan variabel mediasi, dengan ini menunjukkan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y2) melalui variabel mediasi (Y1). dari kedua metode diatas, terdapat pengambilan kesimpulan tentang mediasi sebagai berikut:

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

Dalam pengujian hipotesis dengan analisis regresi mediasi yaitu dengan menggunakan program *WarpPLS* dilihat dari *P values of indirect effects for paths with two segmen*. Hipotesa ini diuji pada tingkat signifikan 0,05. Untuk mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesis, 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.
- b. Apabila signifikan $> 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a di tolak.

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan proporsi variasi dari variabel dependen yang diterangkan oleh variasi dari variabel-variabel independennya. Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan

semakin besar maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel dependennya.

Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Supranto (2001) sebagai berikut:

Table 3.5
Pedoman interpretasi koefisien determinasi

Pernyataan	Keterangan
4%	Pengaruh rendah sekali
5% - 16%	Pengaruh rendah tapi pasti
17% - 49%	Pengaruh cukup berarti
50% - 80%	Pengaruh tinggi atau kuat
>80%	Pengaruh tinggi sekali

Sumber: Supranto (2001)