

BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, citra merek, dan keputusan pembelian pada layanan Traveloka. Sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan layanan Traveloka lebih dari satu kali di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Menurut R. Cooper & S. Schindler (2017:146) desain penelitian adalah suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Perencanaan merupakan skema menyeluruh atau program dari penelitian, termasuk mencakup garis besar dari apa yang ingin dilakukan oleh peneliti dari penulisan hipotesis dan implikasi operasionalnya untuk analisis data akhir.

C. Variabel Penelitian

Menurut R. Cooper dan S. Schindler (2017:64), variabel adalah simbol dari kejadian, tindakan, karakteristik, perlakuan, maupun atribut yang dapat diukur dan yang dapat diberikan penilaian. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas layanan (X_1) dan citra merek (X_2). Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing-masing variabel tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Kualitas Layanan (X_1):

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Pengukuran variabel kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui 5 (lima) dimensi beserta butir pernyataan yang disajikan pada table 3.1.

Tabel 3. 1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keandalan (Reliability)	Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Traveloka memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang dijanjikan.	Interval
	Keandalan dalam menangani permasalahan konsumen	Traveloka mampu menangani permasalahan konsumen dengan baik .	
	Memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali	Traveloka memberikan pelayanan yang baik secara konsisten.	
	Memberikan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan	Traveloka memproses pesanan konsumen dengan tepat waktu sesuai estimasi yang tertera pada aplikasi.	
Responsiveness (Daya tanggap)	Memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen	Traveloka memproses pesanan saya dengan cepat.	Interval
	Kesediaan untuk membantu konsumen	Traveloka selalu bersedia membantu saya.	
	Kesiapan untuk menanggapi permintaan konsumen	Traveloka selalu siap untuk menanggapi permintaan saya.	



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Assurance (Jaminan) 1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan pada konsumen	Perilaku <i>customer service</i> Traveloka menumbuhkan kepercayaan pada konsumen.	Interval
	Membuat konsumen merasa aman dalam bertransaksi	Saya merasa aman saat bertransaksi menggunakan Traveloka.	
	Karyawan yang selalu sopan	<i>Customer service</i> Traveloka selalu berperilaku sopan dalam memberikan pelayanan.	
	Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	<i>Customer service</i> Traveloka memiliki pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan konsumen.	
Empathy (Empati) 1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	Memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	Traveloka memberikan perhatian secara individual kepada saya.	Interval
	Karyawan yang penuh kepedulian dengan konsumen	Traveloka memperlakukan konsumen dengan penuh kepedulian.	
	Mengutamakan kepentingan terbaik konsumen	Traveloka selalu mengutamakan kepentingan konsumen.	
	Karyawan memahami kebutuhan konsumen	<i>Customer Service</i> Traveloka memahami kebutuhan saya.	
	Jam operasi yang nyaman	Waktu operasional 24 jam dari Traveloka memudahkan saya dalam bertransaksi.	
Tangible (Bukti Fisik) 1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	Peralatan yang modern	Traveloka memiliki website dan aplikasi yang tampak modern.	Interval
	Fasilitas yang terlihat menarik secara visual	Traveloka menyediakan aplikasi yang menarik secara visual.	

2. Citra Merek (X₂):

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Kembangkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif dalam menyelesaikan masalah.

Sumber: Diadaptasi dari Aaker dan Biel (2009) dalam Supangkat dan Surpiyatin (2017)

laporan,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Keller 2016:198). Variabel keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui lima indikator beserta butir pernyataan yang disajikan pada table 3.3.

Tabel 3. 3
Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Pilihan Produk	Keunggulan produk	Saya merasa bahwa Traveloka memberikan keunggulan-keunggulan produknya.	Interval
	Manfaat produk	Saya merasa bahwa Traveloka memberikan manfaat yang positif.	
	Pemilihan produk	Saya merasa bahwa Traveloka memudahkan konsumen dalam pemilihan produk.	
Pilihan Merek	Ketertarikan pada merek	Saya merasa bahwa merek Traveloka memberikan daya tarik karena mempunyai citra merek yang baik.	Interval
	Kebiasaan pada merek	Saya memilih layanan Traveloka karena saya telah terbiasa menggunakan layanan dengan merek tersebut.	
	Kesesuaian harga	Saya merasa bahwa merek Traveloka memberikan kualitas produk yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	
Pilihan Saluran Pembelian	Pelayanan yang diberikan	Saya merasa bahwa Traveloka memberikan pelayanan yang baik.	Interval
	Kemudahan untuk mendapatkan	Saya merasa bahwa Traveloka memiliki kemudahan untuk didapati setiap produknya.	

Waktu Pembelian	Kesesuaian dengan kebutuhan	Saya dapat memesan produk di Traveloka kapan saja disaat saya membutuhkan.	Interval
Jumlah Pembelian	Keputusan jumlah pembelian	Saya akan memesan produk Traveloka lebih dari satu	Interval

Sumber: Diadaptasi dari Kotler dan Keller (2016) dalam Widokarti dan Priansa (2019)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* yaitu merupakan teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Ahyar *et al.* 2020:367). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Traveloka yang pernah menggunakan layanan tersebut lebih dari satu kali di Jakarta.

Untuk ukuran pengambilan sampel, Hair *et al.*, (2014:100) menyatakan bahwa ukuran sampel sebaiknya harus 100 atau lebih besar. Jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari butir pertanyaan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 31 butir pertanyaan, sehingga jumlah minimum sampel yang diperlukan berdasarkan perhitungan adalah $31 \times 5 = 155$ responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuisioner secara elektronik menggunakan *google form* kepada responden.



Jenis kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah peneliti siapkan. Kuisioner yang akan disebar menggunakan skala Likert dengan lima tingkatan, diantaranya SS = Sangat Setuju, S = Setuju, N = Netral, TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju.

F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul melalui kuisioner, peneliti melakukan pengolahan data dan melakukan analisis data. Berikut merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk dapat menilai validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk variabel laten (Latan dan Ghazali, 2017:85).

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali(2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner karena suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam kuesioner terdapat indikator yang berhubungan dengan variabel laten, di sini uji validitas bertujuan untuk menentukan kemampuan pada suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas pada suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



indikatornya. Butir pertanyaan dinyatakan valid apabila $P\text{-value} < 0,05$ dan $factor\ loading > 0,5$ (Latan & Ghazali 2017:89).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Ghazali (2016:47) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten ketika pengukuran dilakukan berulang sebanyak dua kali atau lebih. Sebuah variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$, nilai *Composite Reliability* $> 0,70$, dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) $> 0,50$ (Latan dan Ghazali, 2017:88). Adapun rumus dari *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pernyataan

σt^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

2. Analisis Deskriptif

Ghozali (2016:19) mengatakan analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi dari suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif sebagai berikut:

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke-*i* setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah responden yang termasuk kategori-*i*

n = total responden

b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata atau *mean* dilakukan dengan cara menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. *Mean* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$ = rata-rata hitung (*mean*)

x_i = nilai sampel ke-*i*

n = jumlah sampel

c. Rata-rata Tertimbang



Rumus yang diterapkan untuk menghitung skor rata-rata tertimbang yaitu

sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

$\bar{x}$ = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

d. Rentang Skala

Setelah memperoleh nilai rata-rata, selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor pada masing-masing variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

Rs = rentang skala

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

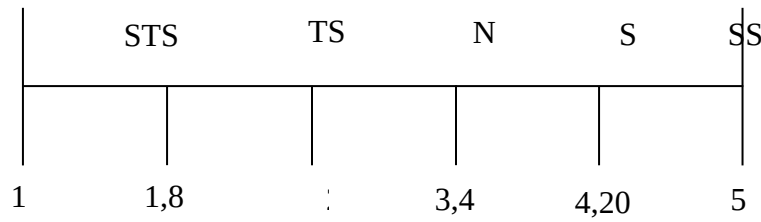
b = jumlah kelas atau kategori

Skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

3. Skala Likert

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengetahui seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan pada skala lima titik. Responden diminta untuk memilih setuju atau tidak setuju pada setiap pernyataan yang ada dan setiap respon akan diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan (Cooper dan Schindler, 2017:327). Berikut ini adalah susunan skala Likert yang digunakan:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
---------------------	--------------	--------	--------	---------------

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Penilaian Overall Fit

Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM (*Structural Equation Modeling*) yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator yang ada ialah sebagai berikut:

a. Average Path Coefficient (APC)

Nilai *cut-off P-value* pada APC yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* merupakan $\leq 0,05$ dengan level signifikan yang akan digunakan adalah 5% (Latan dan Ghazali, 2017:95).

b. Average R-Squared (ARS)

Nilai *cut-off P-value* untuk ARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* merupakan $\leq 0,05$ dengan level signifikan yang harus digunakan adalah 5% (Latan dan Ghazali, 2017:95).

c. Average Adjusted R-Squared (AARS)

Nilai *cut-off P-value* untuk AARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* merupakan $\leq 0,05$ dengan level signifikan harus yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghazali, 2017:95).

d. Average block VIF (AVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau



lebih indikator . Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model harus diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghazali, 2017:96).

e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima jika kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur menggunakan indikator tunggal (Latan dan Ghazali, 2017:96).

f. Tenenhaus GoF

GoF memiliki tiga tingkatan nilai, yaitu kecil apabila nilai $\text{GoF} \geq 0,10$, sedang apabila nilai $\text{GoF} \geq 0,25$, dan besar apabila nilai $\text{GoF} \geq 0,36$ (Latan dan Ghazali, 2017:96).

g. Simpson's Paradox Ratio (SPR)

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai $\text{SPR} \geq 0,7$ masih dapat diterima yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Latan dan Ghazali, 2017:97).

h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR)

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai $\text{RSCR} \geq 0,9$ masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari *path* di dalam model tidak berhubungan dengan kontribusi *R-squared* negatif (Latan dan Ghazali, 2017:97).

i. Statistical Suppression Ratio (SSR)



Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih

dari *path* di dalam model bebas dari *statistical suppression* (Latan dan Ghozali, 2017:98).

j. *Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)*

Nilai NLBCDR dapat diterima jika nilai yang dimiliki $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih dari *path* yang berhubungan di dalam model penelitian mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Latan dan Ghozali, 2017:98).

g. *Evaluasi Model Struktural (Inner Model)*

Evaluasi model struktural berfokus kepada hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Persamaan struktural yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KP = \gamma_{11} * KL + \gamma_{12} * CR$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

KL = Kualitas Layanan

CR = Citra Merek

Menilai model struktural memiliki tujuan yaitu untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari *P-value* (Latan dan Ghozali, 2017:85). Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- a. Arah hubungan antar variabel laten menunjukkan apakah hasil hubungan antar variabel tersebut berpengaruh sesuai dengan yang hipotesis. Hipotesis statistik dalam penelitian

ini adalah sebagai berikut:

- (1) Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian

$$H_0: \gamma_{11} = 0$$

$$H_a: \gamma_{11} > 0$$

- (2) Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian

$$H_0: \gamma_{12} = 0$$

$$H_a: \gamma_{12} > 0$$

Kriteria pengujian hipotesis:

Tolak H_0 apabila $P\text{-value} < 0,05$ (terbukti adanya pengaruh)

Tidak tolak H_0 apabila $P\text{-value} \geq 0,05$ (tidak terbukti adanya pengaruh)

- b. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel laten endogen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar variabel-variabel independen dapat menjelaskan variabel endogen dan semakin baik pula persamaan strukturalnya (Latan dan Ghozali, 2017:91).