

BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Menurut Husein Umar (2019:49) menyatakan bahwa, Objek penelitian dapat merupakan suatu perusahaan, kelompok perusahaan, produk perusahaan, sumber daya manusia perusahaan, atau lainnya yang menghadapi suatu atau beberapa masalah. Masalah-masalah tersebut akan dikaji sampai pada tahap usulan solusi.

Adapun objek penelitian dalam tulisan ini adalah di ERIGO Store.

B. Desain Penelitian

Menurut Schindler (2019:82) menjelaskan bahwa desain penelitian adalah rencana berbasis waktu untuk eksekusi dari semua kegiatan penelitian yang memiliki tiga tugas: desain pengambilan sampel, desain pengumpulan data, dan pengembangan instrumen pengukuran yang masing-masing tahapan tersebut terintegrasi, meskipun mereka ditangani secara terpisah. Sementara menurut

Radjab dan Jam'an (2017:77) desain penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berwujud sebuah angka atau pernyataan yang kemudian dinilai dan dianalisis melalui analisis statistic dengan sifat penelitian objektif, induktif, dan ilmiah. Schindler (2019:74) mengklasifikasikan desain penelitian ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan pengujian hipotesis dan kemudian diharuskan untuk menjawab pertanyaan yang

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.

diberikan oleh peneliti yang telah dikemukakan sehingga penelitian ini termasuk dalam studi formal.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan dikumpulkan di dalam penelitian ini menggunakan studi komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner elektronik melalui Google Forms yang berisikan beberapa pertanyaan kepada responden dan kemudian mengumpulkan respon dari mereka.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Desain ex post facto digunakan dalam penelitian ini dimana desain tersebut menjadikan peneliti tidak mempunyai kontrol variabel-variabel yang berarti peneliti sulit dan tidak bisa memanipulasi suatu variabel

4. Tujuan Studi

Penelitian ini berfokus kepada bagaimana satu variabel menyebabkan perubahan terhadap variabel lainnya sehingga penelitian ini dapat disebut penelitian kausal eksplanatori.

5. Dimensi Waktu

Cross sectional study digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini dilakukan satu kali dengan menyediakan potret dari sebuah kejadian dalam satu waktu.



6. Cakupan Topik

Studi statistik digunakan dalam penelitian ini karena desainnya untuk mencakup yang lebih luas. Tujuan studi ini yaitu untuk membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis yang akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Dalam penelitian penyebarannya dilakukan melalui kuesioner kepada para responden sehingga penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan yang aktual.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Hasil dari penelitian dipengaruhi oleh kesadaran persepsi responden pada saat mengisi kuesioner.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Kualitas Produk*, *Persepsi Harga* dan Keputusan Pembelian. Berikut merupakan pengukuran yang digunakan dalam masing-masing variabel tersebut :

1. *Kualitas Produk* (X_1)

Kualitas Produk merupakan Karakteristik produk atau layanan yang menanggung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersurat atau tersirat. Menurut Kotler & Keller (2019:456-458), kualitas produk memiliki beberapa karakteristik kualitas produk sebagai berikut:



Tabel 3. 1

Operasionalisasi Variabel *Kualitas Produk*

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Kualitas Produk	Bentuk	1. Erigo memiliki berbagai ukuran dan beragam model baju yang sesuai dengan keinginan konsumen	Interval
	Fitur	2. Promo-Promo yang ada di ERIGO Store di E-Commerce Shopee sangat menarik	Interval
	Kualitas Kinerja	3. Produk ERIGO Store memiliki kualitas produk yang sesuai.	Interval
	Kesesuaian Kualitas	4. Menurut saya Produk ERIGO memiliki kualitas yang baik 5. Erigo selalu memperhatikan Kualitas Produk nya.	Interval
	Daya Tahan	6. Produk Erigo dapat bertahan cukup lama	Interval
	Kehandalan	7. Erigo terkenal dengan kualitas produk nya yang nyaman dipakai dan sudah dikenal mulai dari skala lokal maupun mancanegara.	Interval
	Perbaikan	8. ERIGO bertanggung jawab atas kesalahan yang mereka lakukan, demi kenyamanan pelanggan	Interval
	Gaya	9. Kemasan Erigo mudah dikenali oleh pembeli. 10. Erigo mempunyai motif produk yang unik.	Interval

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Kustomisasi	11. Erigo sering meng-update katalog produk nya sesuai dengan perkembangan tren masa kini.	Interval
--	-------------	--	----------

Sumber :Kotler, Keller & Chernev (2022:147)

2. Persepsi Harga (X₂)

Menurut Kotler dan Armstrong (2020:303) , harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Dari penelitian diatas menyatakan ada 4 indikator yang dapat dijadikan pengukuran terhadap persepsi harga, yaitu :

Tabel 3. 2
Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Persepsi Harga	Keterjangkauan Harga	1. Produk yang ditawarkan oleh Erigo mempunyai harga yang terjangkau.	Interval
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	2. Harga yang diberikan oleh Erigo sangat sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	Interval
	Kesesuaian harga dengan manfaat	3. Harga yang diberikan oleh Erigo sangat sesuai dengan manfaat yang diberikan (Gaya Hidup)	Interval
	Harga sesuai kemampuan / daya saing harga	4. Harga yang diberikan oleh Erigo sesuai dan dapat bersaing dengan perusahaan lain.	Interval

Sumber : Indrasari (2019:45)

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan sebuah perasaan yang didapatkan oleh pelanggan saat mendapatkan sebuah layanan atau produk dengan membandingkan hasil dan ekspektasi. Menurut Widokarti (2018), pengukuran Keputusan Pembelian dapat dilihat pada Tabel 3.3

Tabel 3. 3
Operasionalisasi Variabel Keputusan pembelian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian	Pilihan Produk	1. Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada Erigo karena memiliki produk yang lebih unggul dari Kompetitor. 2. Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada Erigo karena produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan saya 3. Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada Erigo karena sesuai dengan kualitas yang diinginkan.	Interval
	Pilihan Merek	4. Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada Erigo karena memiliki citra merek produk yang baik. 5. Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada Erigo karena terbiasa dengan merek tersebut. 6. Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada Erigo karena	Interval



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut		harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	
	Waktu Pembelian	7. Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada Erigo dan akan membeli produk secara rutin pada saat membutuhkannya	Interval
	Jumlah Pembelian	8. Saya akan membeli produk Erigo lebih dari satu kali.	Interval

Sumber : Widokarti (2018: 38)

Peneliti tidak memasukan satu indikator yaitu saluran pembelian dikarenakan Saluran Pembelian memiliki tujuan untuk Konsumen wajib mengambil keputusan tentang penyalur yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur. Misalnya berdasarkan faktor lokasi, harga, persediaan barang, kenyamanan berbelanja, dan sebagainya. Sedangkan, batas penelitian peneliti adalah hanya untuk Official Store Erigo Store di E-Commerce Shopee yang bisa dikatakan adalah penjual Tunggal yang tidak memiliki cabang lain dan hanya di di Online Store.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Darmanah (2019:34), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel penelitian yang dihimpun oleh peneliti di penelitian ini merupakan Non-probability Sampling dengan pendekatan purposive sampling.

Purposive Sampling adalah teknik pemilihan sampel dari anggota yang tidak menawarkan kesempatan atau bahkan kesempatan yang sama untuk setiap komponen atau anggota dari populasinya (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan judgment sampling. Judgment sampling melibatkan berbagai

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.



pilihan subjek penelitian yang memiliki posisi terbaik atau berada di tempat yang paling menguntungkan dalam menyediakan informasi (Sekaran, 2013). Teknik pengambilan sampel ini akan ditujukan kepada 100 pelanggan Erigo Store dengan kriteria yang pernah berbelanja pada Erigo Store.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan mengumpulkan langsung dari objek penelitian (Konsumen yang pernah membeli Produk Erigo melalui Aplikasi E-Commerce Shopee) dengan melakukan penyebaran kuesioner secara online melalui *google form*. Kuesioner yang diberikan adalah pertanyaan tertutup yang sudah disediakan oleh peneliti.

Penilaian atas jawaban responden dinilai berdasarkan skala Likert. Menurut Cohen, Manion, dan Morrison (2018 : 480), tingkatan dalam skala Likert dapat dilihat pada tabel

3.4 :

Tabel 3. 4
Pengukuran Skala Likert

SKOR	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)



F. Teknik Analisis Data

C Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data yang berdasarkan data kuantitatif yang berupa angka-angka guna menarik suatu kesimpulan. Data-data yang diperoleh selanjutnya akan diolah lebih lanjut menggunakan alat bantu *software* WarpPLS 8.0 sehingga dapat diperoleh data yang dapat memberikan penjelasan atau kesimpulan dari permasalahan yang diteliti. Adapun teknik yang diterapkan untuk mengolah data sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran

a) Uji Validitas

Menurut Cohen, Manion, dan Morrison (2018 : 245), Uji Validitas merupakan kunci penting untuk penelitian yang efektif. Kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan mampu menjawab sesuatu yang akan diukur melalui kuesioner tersebut. Pernyataan dapat dikatakan valid apabila *P-value* < 0.05 dan *factor loading* > 0.5.

b) Uji Reliabilitas

Menurut Dharma (2021 : 17), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang digunakan. Menurut Ghazali (2018 : 46), tingkat/ taraf signifikan yang dinyatakan reliabel adalah 0.7. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *cronbach's alpha* (α) > 0.7, maka instrumen dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *cronbach's alpha* (α) < 0.7, maka instrument dikatakan tidak reliabel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Adapun rumus *cronbach's alpha* (α) sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = nilai reliabilitas
- k = jumlah item pertanyaan yang di uji
- $\sum Si$ = jumlah varians skor tiap – tiap item
- St = varians total

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Analisis Deskriptif

Menurut Prihatiningsih (2022 : 73), analisis deskriptif merupakan suatu analisis yang menggambarkan data yang akan dibuat baik sendiri maupun secara berkelompok. Tujuan dari analisis deskriptif untuk membuat gambaran secara sistematis data yang faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diteliti. Analisis deskriptif akan membahas mengenai pengukuran gejala pusat misalnya adalah *mean*, *mode*, *median*, standar deviasi, standar *error*, nilai terendah, nilai tertinggi dan CI (*Confidence Interval*).

a. Rata-rata Hitung (Mean)

Rata-rata hitung atau *mean* merupakan suatu nilai rata-rata yang didapatkan dari jumlah total pada nilai-nilai skala dibagi dengan jumlah ukuran sampel. Nilai mean dapat disebut juga sebagai satu angka yang mewakili keseluruhan dataset dengan rumus sebagai berikut :

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

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.

Keterangan :

- $\bar{x}$ = rata – rata hitung
- xi = nilai data ke – i
- n = jumlah sampel

b. Rata-rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang (*weighted average*) merupakan rata-rata yang dihitung dengan memperhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Rumus yang digunakan untuk menghitung rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- $\bar{x}$ = skor rata – rata tertimbang
- f_i = frekuensi
- x_i = bobot nilai
- $\sum f_i$ = jumlah responden

c. Analisis Persentase

Analisis persentase merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang mengisi kuesioner. Contohnya jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun rumus persentase sebagai berikut :

$$Fr_i \frac{\sum f^i}{n} \times 100\%$$

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.



Keterangan :

- Fr_i = frekuensi relative ke – i setiap kategori
- Σf^i = jumlah kategori yang termasuk kategori i
- n = nilai total

d. Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk mengetahui dan menentukan posisi responden dengan menerapkan nilai skor pada setiap variabel. Rumus rentang skala sebagai berikut :

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan :

- Rs = rentang skala penelitian
- m = banyaknya kategori

Skor tertinggi dalam penelitian ini adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori berjumlah 5, maka rentang skalanya adalah sebagai berikut :

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Diketahui skor rata-rata adalah 0.8, maka dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kelas menjadi 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.00	1.80	2.60	3.40	4.20	5.00
STS	TS	N	S	SS	

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Keterangan :

- Skala 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- Skala 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)
- Skala 2,61 – 3,40 = Cukup Setuju (CS)
- Skala 3,41 – 4,20 = Setuju (S)
- Skala 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

3. Skala Likert

Skala Likert merupakan skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert (1932). Menurut Budiaji (2013), skala likert mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/nilai yang merepresentasikan sifat individu. Penggunaan jumlah dari semua butir pertanyaan valid karena setiap butir pertanyaan adalah indikator dari variabel yang direpresentasikannya. Pada penelitian ini, skala yang digunakan adalah 5 butir. Responden diminta untuk memilih setuju atau tidak setuju pada setiap pertanyaan yang akan diberi skor numerik. Skor tersebut kemudian dijumlahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan.

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.



Penelitian menggunakan skala likert dengan tingkatan sebagai berikut :

(C)

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Penilaian Overall Fit

Penilaian *Overall Fit* digunakan untuk mengetahui suatu model dikatakan *fit* atau tidak terhadap data statistik. Model yang ditetapkan yaitu SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan indikator sebagai berikut :

a. *Average Path Coefficient (APC)*

Nilai *cut-off P-value* untuk APC yang paling disarankan untuk indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

b. *Average R-square (ARS)*

Nilai *cut-off P-value* untuk ARS yang paling disarankan untuk indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

c. *Average Adjusted R-squared (AARS)*

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

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.



d. Average Block (AVIF)

Nilai ideal yang direkomendasikan untuk AVIF adalah $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, apabila nilai AVIF ≤ 5 maka masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghazali, 2017:96).

e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)

Nilai ideal yang direkomendasikan untuk AFVIF adalah $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, apabila nilai ≤ 5 maka AFVIF masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghazali, 2017:96).

f. Tenenhaus GoF

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

g. Symson's Paradox Ratio (SPR)

Indeks ideal SPR adalah 1 atau jika nilai 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)

Indeks ideal RCSR adalah 1 atau jika nilai 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, 2017:98).

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.



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. Nonliner Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ 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).

5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Inner model merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Struktural model (*inner model*) menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang telah dibangun berdasarkan substansi teori. Persamaan struktural yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$KP = \gamma_{11} * KPR + \gamma_{12} * PH$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pembelian

KPR = Kualitas Produk

PH = Persepsi Harga

Menurut Latan dan Ghazali (2017 : 85), tujuan menilai model struktural adalah

untuk memprediksi hubungan antar variabel laten yang digunakan untuk mengetahui signifikansi dari *P-value*. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

a) Arah hubungan antar variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *Kualitas Produk* terhadap Keputusan Pembelian

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

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

2. Pengaruh *Persepsi Harga* terhadap Keputusan Pembelian

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

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

Kriteria pengujian hipotesis :

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.