



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Menurut Purwanza *et al.* (2022:7), objek penelitian dapat berupa orang, benda, transaksi, atau kejadian. Sementara itu, subjek penelitian menurut Salmaa (Penerbit Deepublish) (2023) adalah yang akan disimpulkan dari hasil penelitian yang melibatkan narasumber atau informan yang memberikan informasi tentang pertanyaan penelitian. Oleh karena itu, subjek penelitian ini adalah konsumen Skintific yang berpengalaman dalam *online shopping* dan pernah menonton *live streaming shopping* sebelumnya.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian kuantitatif yaitu rancangan penelitian yang mencakup cara mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data (Asari *et al.*, 2023). Menurut Cooper dan Schindler (2014:125), desain penelitian adalah rencana penelitian yang disusun sedemikian rupa untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Terdapat 8 deskriptor desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2014:126), yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini termasuk studi formal yang dimulai dengan latar belakang masalah, dan menjawab rumusan masalah dari hipotesis dan latar belakang masalah yang melibatkan kepatuhan terhadap prosedur dan spesifikasi sumber data.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan studi komunikasi (*communication study*) dengan alat pengumpulan data kuesioner elektronik (*Google Forms*). Penelitian ini mengajukan pernyataan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan tanggapan.



3. Kontrol Variabel



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *ex post facto study* yang artinya peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel-variabel penelitian sehingga tidak dapat memanipulasi data. Peneliti hanya dapat mengamati apa yang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian bersifat kausal-eksplanatori (*causal-explanatory*) di mana peneliti berusaha memberikan penjelasan mengenai hubungan antar variabel.

5. Dimensi Waktu

Peneliti menggunakan studi *cross-sectional* yang dilakukan satu kali di suatu periode waktu tertentu. Pengumpulan data penelitian hanya dilakukan satu kali, yaitu pada saat kuesioner disebarkan kepada responden.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik dan diuji secara kuantitatif. Penelitian berusaha mengetahui karakteristik populasi dengan menarik kesimpulan dari uji karakteristik sampel dengan generalisasi hasil temuan sampel.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk sebagai penelitian di lapangan (*field condition*) karena subjek dan objek yang akan diteliti berada di lingkungan aktualnya.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Penelitian ini termasuk ke dalam *actual routine* dari partisipan, di mana responden didorong untuk memberikan tanggapan yang paling sesuai dengan pendapat dan perilaku sehari-harinya pada kuesioner penelitian.

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.



C. Variabel Penelitian

© Dalam penelitian ini terdapat 5 (lima) variabel yang terdiri atas 3 (tiga) variabel eksogen dan 2 (dua) variabel endogen. Variabel eksogen penelitian ini terdiri dari dimensi *live streaming*, yakni *streamer's credibility*, *media richness*, dan *interactivity*. Sementara itu, variabel endogen penelitian adalah kepercayaan konsumen dan niat beli.

Indikator dan pernyataan atau instrumen masing-masing variabel laten eksogen dan endogen penelitian akan disajikan pada Tabel 3.1 hingga Tabel 3.5 berikut:

1. Variabel *Streamer's Credibility*

Tabel 3.1

Pengukuran *Streamer's Credibility*

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala
<i>Streamer's Credibility</i>	<i>Expertise</i>	<i>Host live streaming Skintific mempunyai pengetahuan yang cukup terhadap produk yang dipromosikan</i>	Likert
	<i>Trustworthiness</i>	<i>Review yang diberikan host live streaming Skintific dapat dipercaya</i>	Likert
	<i>Attractiveness</i>	<i>Host yang melakukan live streaming Skintific menarik</i>	Likert

Sumber: Song dan Liu (2021)

2. Variabel *Media Richness*

Tabel 3.2

Pengukuran *Media Richness*

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala
<i>Media Richness</i>	Kesegeraan (<i>Immediacy</i>)	<i>Live streaming dapat memberikan informasi secara berkala</i>	Likert
	Keragaman Isyarat (<i>Multiple Cues</i>)	<i>Live streaming mengkomunikasikan pesan lewat pendekatan berbeda, seperti tubuh, bahasa, intonasi, dan suara.</i>	Likert
	Variasi Bahasa (<i>Language Variety</i>)	<i>Live streaming dapat meningkatkan pemahaman dengan penggunaan kata yang berbeda-beda.</i>	Likert
	Sumber Personal (<i>Personal Source</i>)	<i>Live streaming memungkinkan adanya penyampaian perasaan dan emosi personal.</i>	Likert

Sumber: Song dan Liu (2021)



3. Variabel *Interactivity*

Tabel 3.3

Pengukuran *Interactivity*

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala
<i>Interactivity</i>	<i>Controllability</i>	Konsumen dapat mengubah konten <i>live streaming</i> secara simultan.	Likert
	<i>Synchronicity</i>	Konsumen dapat memperoleh respons yang cepat dari <i>host</i> melalui <i>live streaming</i> .	Likert
		Konsumen dapat memberikan respons yang cepat kepada <i>host</i> melalui <i>live streaming</i> .	Likert
	<i>Two-way Communication</i>	Konsumen dapat berinteraksi dengan <i>host</i> dan audiens <i>live streaming</i> lain.	Likert

Sumber: Song dan Liu (2021)

4. Variabel Kepercayaan Konsumen

Tabel 3.4

Pengukuran Kepercayaan Konsumen

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala
Kepercayaan Konsumen	Kemampuan (<i>Ability</i>)	<i>Host live streaming</i> mampu menyampaikan informasi yang akurat.	Likert
		<i>Host live streaming</i> mampu menyampaikan informasi yang relevan.	Likert
	Kebaikan Hati (<i>Benevolence</i>)	<i>Host live streaming</i> memiliki keinginan untuk memastikan kepuasan audiens.	Likert
	Integritas (<i>Integrity</i>)	<i>Host live streaming</i> memiliki keinginan untuk memberikan informasi yang jujur dan sesuai fakta.	Likert

Sumber: Mayer *et al.* (1995)



5. Variabel Niat Beli

Tabel 3.5

Pengukuran Niat Beli

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala
Niat Beli	<i>Intention</i>	Saya ingin membeli produk <i>skincare</i> Skintific	Likert
	<i>Willingness</i>	Saya berharap membeli produk <i>skincare</i> Skintific	Likert
		Saya akan membeli produk <i>skincare</i> Skintific	Likert
	<i>Likeliness</i>	Saya mungkin membeli produk <i>skincare</i> Skintific	Likert

Sumber: Fishman *et al.* (2020)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner elektronik kepada para responden melalui *Google Forms*. Kuesioner yang disebarkan berisikan pertanyaan tertutup yang berbentuk butir-butir pernyataan, yang artinya peneliti sudah menyusun pertanyaan dan sekaligus memberikan pilihan jawaban yang dapat dipilih responden. Sumber data yang didapatkan termasuk ke dalam jenis data primer sebab data berasal langsung dari responden.

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner menggunakan skala interval dengan bentuk skala Likert. Dalam pengukuran skala Likert, responden akan memberikan tanggapan dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju atas setiap pernyataan.

Skor masing-masing tanggapan dari responden yang digunakan pada penelitian ini dimulai dari angka 1 sampai 5. Angka yang digunakan untuk mengukur adalah angka positif. Hal ini karena, dalam mengukur tanggapan atas pernyataan positif, digunakan angka berurutan yang juga positif, sebagai contoh -2, -1, 0, 1, 2 atau 1, 2, 3, 4, 5 (Simamora, 2023:64).



Tabel 3.6
Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Purwanza *et al.* (2022:9), populasi didefinisikan sebagai keseluruhan objek penelitian yang mencakup manusia, benda, tumbuhan, hewan, gejala, nilai tes, atau kejadian sebagai sumber data yang mempunyai suatu karaktersitik tertentu dalam suatu penelitian.

Oleh karena itu, populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh konsumen dan calon konsumen produk Skintific yang memiliki pengalaman *online shopping* dan pernah menonton *live streaming shopping* sebelumnya.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai oleh penulis adalah teknik pemilihan sampel *non-probability sampling*. Menurut Purwanza *et al.* (2022:149), *non-probability sampling* adalah teknik pemilihan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama untuk setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel.

Sementara itu, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *judgment sampling*, yaitu pengambilan sampel sesuai kriteria (Purwanza *et al.*, 2022:149). Dalam penelitian ini, sampel mencakup konsumen Skintific yang memiliki pengalaman *online shopping* dan pernah menonton *live streaming shopping*.



Menurut Hair *et al.* (2019:132), peneliti biasanya tidak dapat secara efektif

menganalisis sampel yang jumlahnya kurang dari 50. Maka itu, ukuran sampel yang dianalisis harus 100 atau lebih. Dalam hal rasio pengamatan, ukuran sampel sebaiknya 5 kali lebih banyak dibanding jumlah variabel yang dianalisis dan ukuran sampel yang bisa diterima akan memiliki rasio 10:1.

Pada penelitian ini, digunakan 19 butir pernyataan pada kuesioner, sehingga jumlah minimal sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini dari perhitungan adalah sejumlah $19 \times 5 = 95$ responden. Namun, pada penelitian ini jumlah responden ditambahkan kembali sebanyak 105 responden agar sesuai dengan rasio pengukuran sampel yang baik yaitu 10:1, sehingga dibutuhkan total sebanyak 190 orang responden. Namun pada praktiknya, terkumpul sejumlah 226 responden kuesioner.

F. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat bantu *software* WarpPLS 7.0 dan IBM SPSS Statistics 25. Berikut uraian dari teknik analisis data yang digunakan:

1. Uji Validitas

Menurut Hair *et al.* (2019:3), validitas adalah sejauh mana suatu ukuran atau set ukuran mewakili dengan benar konsep penelitian. Validitas berkaitan dengan seberapa baik konsep didefinisikan oleh ukuran. Kesimpulannya, uji validitas bertujuan untuk mengukur apakah butir pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat dapat benar-benar secara optimal mengukur variabel yang hendak diukur.

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan memeriksa validitas konten, verifikasi bukti respon dan struktur internal konstruk (*construct validity*), yang diverifikasi menggunakan *factor loading* dan AVE (*average variance extracted*).



Suatu kuesioner dikatakan valid apabila memiliki nilai *factor loading* dan $AVE \geq$

0.50 (Hair *et al.*, 2019:676). Berikut rumus AVE:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum e_i}$$

Keterangan:

λ = *factor loading*

e = ragam *error*

3. Uji Reliabilitas

Menurut Hair *et al.* (2019:3), reliabilitas adalah sejauh mana suatu variabel atau set variabel konsisten dalam apa yang dimaksudkan untuk diukur. Jika dilakukan beberapa pengukuran, maka pengukuran yang dapat diandalkan akan konsisten dalam nilainya. Reliabilitas berbeda dari validitas karena berkaitan bukan dengan apa yang seharusnya diukur, tetapi dengan bagaimana itu diukur.

Uji reliabilitas dilakukan dengan mengukur *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah ukuran reliabilitas konsistensi internal yang bernilai 0 sampai 1 dan mengasumsikan *loadings* semua variabel yang sama atau tidak dibobotkan (Hair *et al.*, 2019:761). Batas minimum nilai *Cronbach's Alpha* agar instrumen dapat dinyatakan reliabel adalah ≥ 0.70 (Hair *et al.*, 2019:161). Berikut adalah rumus *Cronbach's Alpha*:

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

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen



k = jumlah butir pernyataan

σ^2 = varians total

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

Meskipun dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen secara umum, penggunaan *Cronbach's Alpha* memiliki kelemahan di mana teknik ini menganggap *loadings* semua variabel adalah sama, padahal pada umumnya tidak sama.

Maka itu, pada pengukuran konstruk secara reflektif dalam analisis SEM, *Composite Reliability* (CR) dianggap lebih sesuai untuk mengukur reliabilitas. Pada penelitian ini, untuk mengukur reliabilitas instrumen hanya akan digunakan nilai *Composite Reliability*. Nilai CR yang dapat diterima untuk penelitian eksploratori adalah di antara 0.60 hingga 0.70, sementara nilai yang baik adalah 0.70 – 0.95 (Hair *et al.*, 2019:760). Berikut adalah rumus *Composite Reliability*:

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum e_i}$$

Keterangan:

λ = *factor loading*

e = ragam *error*

4. Analisis Deskriptif

a. Analisis Persentase

Analisis persentase dilakukan untuk mengetahui persentase karakteristik responden, yang pada umumnya terdiri dari beberapa parameter tertentu seperti

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.



usia, jenis kelamin, pendapatan, dan sebagainya. Berikut adalah rumus analisis persentase:

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

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*)

Hasil nilai rata-rata hitung atau *mean* dapat diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh nilai data sampel, dan kemudian jumlah nilai tersebut dibagi dengan banyaknya observasi atau total jumlah sampel.

Berikut adalah rumus *mean*:

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

Keterangan:

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

x_i = nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel

c. Rata-rata Tertimbang

Nilai rata-rata tertimbang dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

f_i = frekuensi kelas ke-i

x_i = bobot nilai

n = jumlah sampel

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

d. Selang Kepercayaan

Selang kepercayaan adalah sebuah interval di antara dua nilai, di mana parameter sampel berada di dalam interval tersebut. Nilai selang kepercayaan yang digunakan dalam suatu penelitian didapatkan berdasarkan kepada tingkat kepercayaan, yaitu persentase seberapa yakin selang kepercayaan penelitian mengandung rata-rata sampel. Di bawah ini merupakan rumus selang kepercayaan:

$$\bar{x} - Z_{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right) \leq \mu \leq \bar{x} + Z_{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right)$$

Keterangan:

$\bar{x}$ = rata-rata sampel

α = 1 – (tingkat kepercayaan)

$Z_{\alpha/2}$ = nilai Z

σ = standar deviasi populasi

n = jumlah anggota sampel

5. Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) adalah teknik analisis multivariat yang menggabungkan teknik analisis faktor dengan teknik analisis regresi berganda, yang memiliki tujuan untuk dapat menguji hubungan-hubungan timbal balik antar

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.



variabel terukur dan konstruk laten, serta hubungan antar beberapa konstruk laten secara bersamaan (Hair *et al.*, 2019:606).

Analisis SEM menguji struktur hubungan dengan menyatakannya ke dalam bentuk persamaan yang serupa dengan persamaan yang digunakan pada analisis regresi berganda, yang menggambarkan semua hubungan antar konstruk dan variabel penelitian.

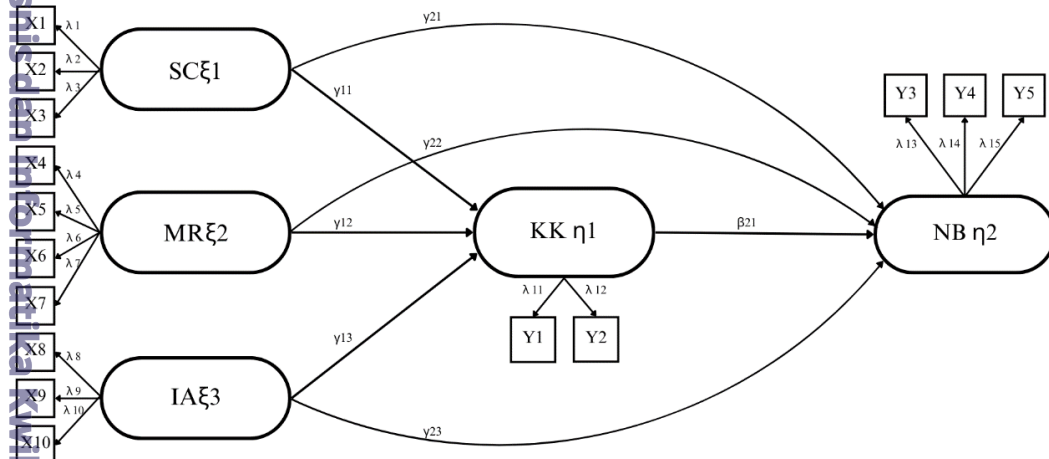
Analisis SEM terdiri dari dua sub model, yakni antara lain model pengukuran atau *measurement model* dan model struktural atau *structural model*. Model pengukuran atau *measurement model* pada analisis SEM menggambarkan relasi atau hubungan antara konstruk penelitian dengan variabel pengamatan. Sementara itu, model struktural atau *structural model* berkaitan dengan analisis hubungan struktural antar seluruh konstruk penelitian berdasarkan kerangka penelitian.

Model lengkap SEM (*complete model of SEM*) merupakan gabungan dari kedua sub model pada analisis SEM, yaitu model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*).

a. Model Lengkap SEM

Gambar 3.1

Model Lengkap SEM





Keterangan:

ξ (KSI)	= konstruk laten eksogen
η (ETA)	= konstruk laten endogen
γ (GAMMA)	= koefisien jalur yang menggambarkan pengaruh antara konstruk eksogen terhadap konstruk endogen
β (BETA)	= koefisien jalur yang menggambarkan pengaruh antara konstruk endogen terhadap konstruk endogen lainnya
λ (LAMBDA)	= jalur yang menggambarkan <i>factor loading</i> antara konstruk laten dengan indikatornya
X	= indikator konstruk eksogen
Y	= indikator konstruk endogen

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Evaluasi Model Pengukuran (*Measurement Model Evaluation*)

Evaluasi model pengukuran atau *measurement model* merupakan komponen dari model jalur yang terdiri dari hubungan indikator dengan konstruksya (Hair *et al.*, 2019:762).

Model pengukuran menggambarkan bagaimana variabel terukur atau variabel pengamatan mewakili konstruk penelitian. Apabila pada evaluasi model pengukuran karakteristik, pengukuran konstruk sudah dapat diterima, maka penelitian dapat dilanjutkan dengan melakukan uji evaluasi model struktural.

Evaluasi model pengukuran SEM dapat dilakukan dengan cara mengukur validitas dan reliabilitas. Analisis validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas dari data dan instrumen yang digunakan (*goodness of data*).

Pada penelitian ini, evaluasi model pengukuran dilakukan dengan melakukan uji validitas konvergen atau *convergent validity* (*factor loading* dan AVE) dan reliabilitas (*Composite Reliability*).

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.



c. Evaluasi *Model Fit*

Beberapa indeks *goodness of fit* dan *cut off value* yang digunakan untuk mengetahui diterima atau tidaknya model adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7

Kriteria Uji Kesesuaian Model

Kriteria	Rule of Thumb
<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	$p\text{-value} \leq 0.05$
<i>Average R-Squared (ARS)</i>	$p\text{-value} \leq 0.05$
<i>Average Adjusted R-Squared (AARS)</i>	$p\text{-value} \leq 0.05$
<i>Average block VIF (AVIF)</i>	≤ 3.30 , namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima
<i>Average Full Collinearity VIF (AFVIF)</i>	≤ 3.30 , namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima
<i>Tenenhaus GoF</i>	≥ 0.10 , ≥ 0.25 dan ≥ 0.36 (kecil, menengah, dan besar)
<i>Sympson's Paradox Ratio (SPR)</i>	Idealnya = 1, namun nilai ≥ 0.70 masih dapat diterima
<i>R-Squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	Idealnya = 1, namun nilai ≥ 0.70 masih dapat diterima
<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	Harus ≥ 0.70
<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i>	Harus ≥ 0.70

Sumber: Ghazali (2020:87-88)

d. Evaluasi Model Struktural (*Structural Model Evaluation*)

Model struktural adalah komponen teoritis atau konseptual model yang terdiri dari hubungan jalur antar variabel dan konstruk laten (Hair *et al.*, 2019:763). Dalam penelitian ini, evaluasi model struktural yang dilakukan

bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan antar konstruk laten eksogen penelitian dengan konstruk endogen, serta hubungan antar konstruk endogen. Evaluasi model struktural penelitian dinilai berdasarkan:

(1) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah ukuran proporsi varian dalam konstruk endogen yang dijelaskan oleh konstruk prediktor (Hair *et al.*, 2019:760). Pada persamaan struktural, koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi konstruk laten endogen.

Semakin tinggi nilai R², maka semakin besar kemampuan konstruk eksogen dalam menjelaskan hubungannya, yang artinya persamaan struktur pun semakin baik. Nilai R² dikategorikan kuat atau substansial jika lebih dari 0.75, moderat jika lebih dari 0.50 dan lebih rendah dari 0.75, dan lemah jika lebih dari 0.25 namun lebih rendah dari 0.50 (Hair *et al.*, 2019:780).

(2) Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi *p-value* untuk mengetahui pengaruh antar konstruk berdasarkan hipotesis yang dibangun melalui prosedur *resampling* (Ghozali, 2020:87). Persamaan struktural yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$KK = \gamma_{11} * SC + \gamma_{12} * MR + \gamma_{13} * IA$$

$$NB = \gamma_{11} * SC + \gamma_{12} * MR + \gamma_{13} * IA + \beta_{21} * KK$$

Keterangan:

KK = Kepercayaan Konsumen

SC = *Streamer's Credibility*

MR = *Media Richness*

IA = *Interactivity*

NB = Niat Beli

Arah hubungan antar konstruk laten menandakan jika hubungan antara konstruk tersebut memiliki pengaruh atau tidak, yang sesuai dengan hipotesis. Berikut hipotesis statistik penelitian:

(a) Pengaruh *streamer's credibility* terhadap kepercayaan konsumen

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

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

(b) Pengaruh *media richness* terhadap kepercayaan konsumen

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

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

(c) Pengaruh *interactivity* terhadap kepercayaan konsumen

$$H_0: \gamma_{13} = 0$$

$$H_a: \gamma_{13} > 0$$

(d) Pengaruh *streamer's credibility* terhadap niat beli

$$H_0: \gamma_{21} = 0$$

$$H_a: \gamma_{21} > 0$$

(e) Pengaruh *media richness* terhadap niat beli

$$H_0: \gamma_{22} = 0$$

$$H_a: \gamma_{22} > 0$$

(f) Pengaruh *interactivity* terhadap niat beli

$$H_0: \gamma_{23} = 0$$

$$H_a: \gamma_{23} > 0$$

(g) Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap niat beli

$$H_0: \beta_{21} = 0$$

$$H_a: \beta_{21} > 0$$

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

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kriteria pengujian hipotesis:

Tolak H_0 apabila $p\text{-value} < 0,05$

Tidak tolak H_0 apabila $p\text{-value} \geq 0,05$

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

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.

