



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas tentang metode penelitian yang akan dipakai oleh peneliti. Pada bab ini akan berfokus pada rancangan penelitian secara menyeluruh. Obyek penelitian, desain penelitian, populasi, sampel, lokasi penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, pengolahan, dan analisis data akan dibahas pada bab ini. Metode penelitian yang akan dibahas dan digunakan adalah cara-cara yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mendapat data untuk dikaji dan akan mendapatkan hasil penelitian.

#### 3.1 Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, obyek yang akan diteliti adalah *Fore Coffee* Indonesia. *Fore Coffee* merupakan *start up Coffee retailer* yang berusaha menyajikan seduhan kopi dengan kualitas yang tinggi untuk para penikmatnya. *Fore Coffee* beroperasi sejak tahun 2018 dan langsung meluncurkan aplikasinya ditahun yang sama.

#### 3.2 Desain Penelitian

Arti dari desain penelitian Menurut Schindler & Cooper (2017: 146) adalah suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain penelitian juga membantu peneliti dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas dengan membuat pilihan-pilihan penting dalam metodologi.

Schindler & Cooper (2017: 148) juga menyatakan bahwa desain penelitian memiliki 8 dimensi penting yaitu:

##### a. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi formal yang dimana pertanyaan dari



penelitian memiliki spesifikasi sumber data yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan yang ada.

**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. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data studi komunikasi yang dimana peneliti akan memberikan pertanyaan kepada peserta subjek penelitian dalam bentuk *Google Forms* yang berisi pernyataan-pernyataan bersangkutan dengan variabel penelitian dan mengumpulkan respon berdasarkan tanggapan dari responden penelitian.

c. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan disain penelitian *ex post facto* yang berarti peneliti tidak berusaha untuk memanipulasi variabel. Peneliti hanya akan menyampaikan apa yang terjadi sekarang dan yang sebenarnya terjadi.

d. Tujuan Studi

Penelitian ini menggunakan bentuk studi kausal prediktif. Studi kausal prediktif yaitu peneliti berusaha untuk mengetahui hubungan antar variabel dan menjaga variabel agar tidak berubah. Pengaruh hubungan antara variabel dalam penelitian ini adalah pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* dengan *e-trust* sebagai variabel intervening pada aplikasi *Fore Coffee*.

e. Dimensi Waktu

Pada penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional* yang hanya dilakukan satu kali dalam satu waktu dan hanya pada waktu tertentu.

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



f. Cakupan Topik

Cakupan topik pada penelitian ini menggunakan studi statistik yang dimana mencakup lebih luas dan penelitian yang diuji secara kuantitatif.

g. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dan pengukuran terjadi secara *factual* dalam lingkungan yang nyata.

h. Kesadaran Subjek Partisipan

Kesadaran Subjek Partisipan atau *participant's perceptual awareness* mempengaruhi hasil dari penelitian secara tidak langsung karena terdapat 3 tingkat persepsi yaitu pertama subjek partisipan tidak merasa adanya penyimpangan dalam rutinitas sehari-harinya, yang kedua subjek partisipan merasakan adanya penyimpangan tetapi tidak ada hubungannya dengan peneliti dan yang terakhir subjek partisipan merasa ada penyimpangan ketika terlibat dengan penelitian.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.3

Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022: 80) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. Maka dari itu populasi pada penelitian ini adalah pelanggan *Fore Coffee* yang aktif menggunakan aplikasi *Fore Coffee* dan berdomisili di Indonesia khususnya Jabodetabek.

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.



### 3.3.2 Sampel

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Wahyudi *et al.*, (2023: 162) sampel penelitian adalah proses pemilihan sebagian kecil dari populasi penelitian yang mewakili karakteristik keseluruhan dari populasi. Sampel yang dipilih bertujuan untuk melakukan pengamatan, pengukuran atau analisis yang mewakili seluruh populasi dengan cara yang efisien. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel dengan jenis *non probability*, pengolahan sampel akan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode penarikan serta penetapan sampel didasarkan oleh kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah 125 pelanggan pengguna aplikasi *Fore Coffee* dalam area Indonesia yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Umur minimal 17 tahun.
2. Pernah menggunakan aplikasi *fore Coffee* minimal 3 kali.
3. Terakhir kali menggunakan aplikasi *fore* kurang dari 1 bulan.

Ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Hair *et al* yang dimana menurut Hair *et al.*, (2018) ukuran sampel baiknya berjumlah 100 atau lebih besar. Jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih besar dari jumlah item pernyataan dan ukuran sampel lebih yang dapat diterima adalah mempunyai rasio 10:1. Dalam penelitian ini, memiliki jumlah 25 item pernyataan. Maka, jumlah sampel minimum yang diperlukan sebagaimana yang dikemukakan oleh Hair *et al.*, yaitu  $25 \times 5 = 125$  responden.

### 3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang digunakan untuk melakukan suatu penelitian, lokasi penelitian dapat beragam tergantung pada penelitian yang dilakukan.

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.



Penelitian ini akan berfokus pada pelanggan yang pernah membeli *Fore Coffee* wilayah Indonesia melalui aplikasi *Fore Coffee*.

### 3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022: 38) variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang bisa berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lebih lanjut sehingga dapat memperoleh hasil untuk diambil kesimpulannya. Pada penelitian ini memiliki satu variabel independen (variabel bebas), satu variabel dependen (variabel terikat) dan satu variabel moderator. Variabel independen pada penelitian ini adalah *e-service quality*. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *e-loyalty* dan variabel moderator pada penelitian ini adalah *e-trust*.

#### 3.5.1 Variabel Independen

##### a. *E-service quality*

Menurut Zeithaml et al., (2018: 91) *e-service quality* didefinisikan sebagai sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman secara efisien dan efektif. Berikut pengukuran variabel *e-service quality*. Menurut Zeithaml et al., (2018: 92) mengenai dimensi *e-service quality*:

Tabel 3.1

Pengukuran *E-service quality*

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Sumber
<i>E-service quality</i>	<i>Efficiency</i>	Aplikasi <i>Fore Coffee</i> terorganisir dengan baik.	Zeithaml et al., (2018)
		Aplikasi <i>Fore Coffee</i> memudahkan saya untuk menemukan apa yang ingin saya beli.	



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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	Indikator	Butir Pertanyaan	Sumber
		Informasi tentang Fore <i>Coffee</i> terorganisir dengan baik.	
	<i>Fullfilment</i>	Aplikasi Fore <i>Coffee</i> memungkinkan saya untuk menyelesaikan <i>transaksi</i> dengan cepat.	
		Aplikasi Fore <i>Coffee</i> dapat diakses dengan cepat.	
	<i>System Availability</i>	Aplikasi Fore <i>Coffee</i> mudah digunakan.	
		Aplikasi Fore <i>Coffee</i> mengantarkan pesanan saya dengan cepat.	
	<i>Privacy</i>	Aplikasi Fore <i>Coffee</i> menyediakan pesanan untuk dikirim dalam jangka waktu yang sesuai.	
		Aplikasi Fore <i>Coffee</i> membuat janji yang akurat mengenai estimasi pengiriman produk.	
	<i>Responsiveness</i>	Aplikasi Fore <i>Coffee</i> mempunyai stok ketersediaan makanan/minuman sesuai dengan yang tertera di aplikasi.	
		Aplikasi Fore <i>Coffee</i> memberikan pesanan sesuai dengan apa yang saya pesan.	
	<i>Compensation</i>	Aplikasi Fore <i>Coffee</i> memberikan tawaran/promo sesuai dengan yang tertera di aplikasi.	
		Tidak mengalami <i>lag</i> saat membuka aplikasi Fore <i>Coffee</i> .	
	<i>Contact</i>	Halaman aplikasi tidak membeku setelah memasukan informasi pesanan.	
		Aplikasi Fore tidak	



Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Sumber
		membagikan informasi pribadi saya.	
		Aplikasi Fore melindungi informasi perilaku belanja online saya.	

### 3.5.2 Variabel Moderator

#### a. *E-trust*

Menurut Nawangasari & Putri (2020) *e-trust* adalah kepanjangan dari *electronic trust* yang dapat diartikan sebagai kepercayaan pada jasa yang berbasis internet. *E-trust* juga diartikan sebagai kepercayaan pelanggan terhadap suatu jasa *online* dalam suatu resiko *online* bahwa kerentanan disuatu sistem *online* tidak akan di eksploitasi. Berikut pengukuran variabel *e-trust*:

**Tabel 3.2**

**Pengukuran *E-trust***

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Sumber
<i>E-trust</i>	<i>Ability</i>	Saya merasa aman saat melakukan transaksi di aplikasi Fore Coffee.	Mayer <i>et al.</i> , (1995)
	<i>Benevolence</i>	Aplikasi Fore Coffee melindungi informasi pribadi saya.	
	<i>Integrity</i>	Saya mempercayai informasi yang ada di Fore Coffee.	
		Saya percaya dengan penawaran promo yang di janjikan pada aplikasi Fore Coffee.	

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.



### 3.5.3 Variabel Dependen

#### C a. *E-loyalty*

Menurut Hur *et al.*, (2011) loyalitas konsumen didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan kembali suatu produk atau layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, sehingga menyebabkan pembelian berulang dengan merek yang sama atau rangkaian merek yang sama, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perilaku peralihan. Berikut pengukuran variabel *e-loyalty*:

**Tabel 3.3**

#### **Pengukuran *E-loyalty***

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Sumber
<i>E-loyalty</i>	<i>Cognitive</i>	Setia kepada produk Fore <i>Coffee</i> yang saya beli.	Oliver (1999)
		Meskipun Fore <i>Coffee</i> mendapatkan isu yang negatif, saya akan tetap membeli produk Fore <i>Coffee</i> .	
	<i>Affective</i>	Saya mereferensikan produk Fore <i>Coffee</i> kepada teman dan kerabat dekat.	
	<i>Conative</i>	Memberikan aplikasi Fore <i>Coffee</i> review/komen yang positif.	
	<i>Action</i>	Bersedia membayar lebih untuk produk dan layanan yang sudah pernah digunakan.	

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.





### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai data dengan dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui responden dengan mengisi kuesioner *online* yang dibuat oleh peneliti. Subjek responden akan mengisi informasi pada kuesioner yang sudah dibuat sehingga peneliti mendapatkan data primer dari kuesioner *online* tsb. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari jurnal penelitian terkait, buku, serta media sosial atau artikel yang berkaitan dengan penelitian. Kuesioner disebar secara *online* menggunakan media *Google Forms* kepada subjek responden yang pernah melakukan transaksi di *Fore Coffee* melalui aplikasi *Fore Coffee*. Pernyataan yang terkandung didalam kuesioner adalah jenis pernyataan tertutup dan pernyataan yang sudah tersusun jawabannya oleh peneliti.

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Pengukuran skala likert ditetapkan sebagai berikut ini:

**Tabel 3.4**

**Skala Likert**

Skala	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

### 3.7 Pengolahan Data

#### 3.7.1 Uji Validitas (SPSS)

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat valid atau



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.

tidaknya suatu instrumen penelitian. Sebuah instrumen yang valid atau sah mempunyai kriteria validitas yang tinggi, namun jika instrumen penelitian tsb tidak valid maka akan mempunyai nilai validitas yang rendah. Instrumen yang sudah valid dapat mengukur apa yang ingin kita ukur nantinya dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara akurat. Tinggi rendahnya suatu validitas instrumen memperlihatkan bahwa data yang sudah terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud (Abubakar, 2021: 129). Uji validitas pada penelitian ini melibatkan 30 responden menggunakan SPSS sebagai alat hitung. Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas dalam penelitian ini adalah rumus korelasi Pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah responden uji coba

$x$  = Jumlah skor pernyataan

$y$  = Jumlah skor total pernyataan

Kriteria validitas :  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pernyataan dikatakan valid

$r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pernyataan dikatakan tidak valid

## 7.2 Uji Reliabilitas (SPSS)

Reliabilitas adalah suatu instrumen yang akurat untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah terbilang baik atau dapat dipercaya (Abubakar, 2021:129). Uji reliabilitas dilakukan untuk memperlihatkan akurasi dalam menjadikan suatu konsep sebagai alat



pengukuran sehingga konsep dapat akurat.

### 3.8 Teknik Analisis Data

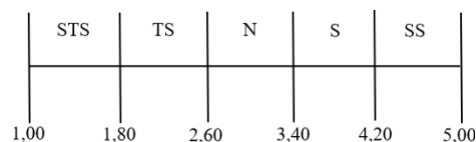
Teknik analisis data akan dilakukan setelah mengumpulkan data yang sudah diperoleh melalui pengisian kuesioner. Pengolahan data menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)* dengan menggunakan alat analisis yaitu *Smart Partial Least Square 3 (SmartPLS 3)*. Pada analisis *PLS-SEM* mempunyai dua model pengukuran, yaitu model pengukuran atau disebut juga dengan *outer model*, dan model struktural atau disebut juga dengan *inner model* (Ghozali, 2020: 7).

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik analisis dengan menjelaskan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul untuk membuat ringkasan kesimpulan umum atau kesimpulan yang general. Menurut Radjab dan Jam'an (2017: 127) analisis deskriptif bertujuan untuk menarik kesimpulan umum dan mengetahui ramalan penyebaran data sampel dengan populasi. Dalam analisis deskriptif memiliki informasi mengenai data primer yang sudah diolah.

**Gambar 3.1**

**Rentang Skala**



Keterangan:

- 1.0-1.8= Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1.81-2.6= Tidak Setuju (TS)
- 2.61-3.4= Netral (N)
- 3.41-4.2= Setuju (S)
- 4.21-5.0= Sangat Setuju (SS)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBIKKG (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 mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3.8.2 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Dalam model pengukuran (*outer model*) berguna untuk menilai validitas dan reliabilitas sebuah model. Model pengukuran juga dapat menjelaskan hubungan setiap indikator dengan variabel laten didalam penelitian.

#### a. Validitas Konvergen

Validitas Konvergen mempercayai bahwa konstruk yang memiliki pengukuran-pengukuran harus memiliki korelasi yang tinggi. Dalam validitas konvergen, suatu indikator dapat dikatakan valid jika memiliki korelasi lebih dari 0,70 untuk *confirmatory research* dan 0,60 untuk *exploratory research* serta nilai *average variance extracted* yang lebih besar dari 0,5. Bila suatu konstruk memiliki nilai tersebut maka konstruk memiliki konvergensi yang memadai (Ghozali, 2021: 68).

#### b. Validitas Diskriminan

Validitas Diskriminan mempercayai bahwa konstruk yang memiliki pengukuran-pengukuran seharusnya tidak memiliki korelasi yang tinggi. Dalam uji validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai *cross loading*nya. Nilai *cross loading* dari semua variabel harus lebih dari 0,70. Validitas diskriminan juga dapat diuji melalui perbandingan nilai kuadrat AVE untuk setiap konstruk yang lebih besar dibandingkan antar konstruk dalam model penelitian (Ghozali, 2021: 68).

#### c. Reliabilitas

Menurut Ghozali (2021: 70) uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan sebuah instrumen apakah akurat dan memiliki ketepatan dalam mengukur sebuah konstruk. Dalam menentukan reliabilitas terdapat 2 cara yaitu mengukur melalui nilai *cronbach alpha* dan *composite*



*reliability* atau yang dikenal sebagai *Dillon goldstein's*. Sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*nya lebih dari 0,7. Namun nilai *Cronbach's Alpha* akan memberikan nilai yang lebih rendah maka dari itu lebih disarankan untuk menggunakan nilai *composite reliability* dalam menguji reliabilitas (Ghozali, 2021: 69).

### **3.8.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Evaluasi model struktural atau yang disebut *inner model* bertujuan untuk memperlihatkan seberapa kuat sebuah variabel laten atau sebuah konstruk (Ghozali, 2021: 7). Dalam evaluasi model struktural, dinilai berdasarkan nilai *r square*nya (Ghozali, 2021: 73).

#### **a. Koefisien Determinasi**

Dalam menguji koefisien determinasi, nilai *r square* menjadi acuan untuk melihat signifikannya pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Nilai *r* pada koefisien determinasi dibagi menjadi 3 nilai yaitu nilai 0,75 dianggap kuat, nilai 0,50 dianggap kuat, dan nilai 0,25 dianggap lemah (Ghozali, 2021: 73).

#### **b. Analisis Jalur**

Menurut Ghozali (2021: 280) Analisis jalur berperan sebagai pengujian hubungan langsung dan juga hubungan tidak langsung antar variabel dalam sebuah model. Analisis jalur dipakai jika dalam suatu model memiliki variabel intervening atau moderasi. Sebuah model antar variabel dapat dikatakan signifikan jika memiliki nilai lebih besar dari 1,96 (Ghozali, 2021: 285).

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. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022: 159) uji hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban temporer terhadap rumusan masalah dalam penelitian lalu kebenaran dari hipotesis yang sudah dikembangkan harus dibuktikan dari data yang sudah dikumpulkan. Menurut Ghazali (2020: 250) uji hipotesis, nilai yang menjadi acuan signifikansi hubungan antar variabel adalah nilai *T Statistics*. Nilai *T Statistics* diharuskan lebih dari 1,96 dengan Tingkat signifikansi 5% yang berarti hubungan dapat dikatakan signifikan. Jika nilai *T Statistics* kurang dari 1,96 dengan tingkat signifikansi kurang dari 5% berarti hubungan antar variabel dapat dikatakan tidak signifikan. Dalam uji hipotesis juga dapat menentukan signifikansi antar variabel melalui nilai *p value*. Nilai *p value* diharuskan kurang dari 0,05 maka hubungan variabel menjadi signifikan.

#### **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.