

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti membahas tentang metodologi penelitian yaitu dimulai dari objek penelitian, menjelaskan secara singkat mengenai apa dan siapa saja yang menjadi objek penelitian serta hal-hal yang akan menjadi bahan penelitian. Pada bagian kedua, peneliti membahas desain penelitian. Bagian ini menjelaskan pendekatan-pendekatan penelitian yang akan digunakan dan penjelasan serta alasan mengapa pendekatan penelitian itu digunakan.

Bagian ketiga merupakan bagian yang menjelaskan tentang variabel penelitian. Bagian ini menjabarkan variabel-variabel serta operasionalnya. Bagian terakhir membahas tentang teknik pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah pengaruh dimensi *live streaming shopping Shopee* dan *purchase intention*. Sedangkan, yang menjadi subjek penelitian ini adalah konsumen *marketplace* Shopee

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Pengertian Desain Penelitian

Dalam Cooper dan Schindler (2014), terdapat beberapa pengertian desain penelitian, antara lain:

- 1) Sebuah cetak biru untuk proses pengumpulan, pengukuran, dan analisis data.



- 2) Alat bantu peneliti dalam proses alokasi sumber daya yang terbatas dengan mengajukan beberapa pilihan penting dalam metodologi penelitian.
- 3) Rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan penelitian.
- 4) Struktur masalah penelitian, kerangka organisasi atau konfigurasi hubungan variabel-variabel penelitian.
- 5) Rencana investasi untuk mendapatkan bukti empiris terkait hubungan variabel-variabel penelitian.

3.2.2 Klasifikasi Kategori Desain Penelitian

Dalam Cooper dan Schindler (2014) mengklasifikasikan delapan kategori dari desain penelitian yaitu:

Tabel 3.1 Klasifikasi Kategori Desain Penelitian

No.	Kategori	Opsi
1.	Derajat pertanyaan terkristalisasi	a. Studi eksplorasi b. Studi formal
2.	Metode pengumpulan data	a. Observasi/pemantauan b. Komunikasi
3.	Kemampuan peneliti mengendalikan variabel dalam menentukan hasil penelitian	a. Eksperimen b. Ex post facto
4.	Tujuan studi	a. Laporan b. Deskriptif c. Sebab akibat - Penjelasan - Prediktif
5.	Dimensi waktu	a. Lintas bagian b. Longitudinal
6.	Cakupan topik	a. Studi kasus b. Studi statistika
7.	Lingkungan penelitian	a. Lapangan b. Laboratorium c. Simulasi
8.	Persepsi peserta	a. Rutinitas sehari-hari b. Rutinitas termodifikasi

Sumber: Cooper dan Schindler (2014)

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) Derajat pertanyaan terkristalisasi

Berdasarkan derajat pertanyaan terkristalisasi, penelitian ini merupakan studi formal dimana penelitian dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian

2) Metode pengumpulan data

Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan metode komunikasi. Metode Komunikasi yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data adalah dengan menanyakan beberapa pertanyaan kepada subjek penelitian dengan instrumen kuesioner.

3) Kemampuan peneliti dalam mengendalikan variabel dalam menentukan hasil penelitian

Berdasarkan kemampuan peneliti dalam mengendalikan variabel, penelitian ini bersifat *ex post facto*. Desain penelitian *ex post facto* artinya peneliti tidak memiliki kendali untuk mengendalikan variabel dan memanipulasinya.

4) Tujuan Studi

Penelitian ini bertujuan untuk menyatakan sebab akibat prediktif. Peneliti ingin melakukan penelitian tentang pengaruh dimensi-dimensi *live streaming shopping* terhadap *purchase intention*.

5) Dimensi Waktu

Berdasarkan kategori dimensi waktu, penelitian ini bersifat lintas bagian yang dimana penelitian ini dilakukan dalam satu kali waktu dan merepresentasikan poin 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6) Cakupan Topik

Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini merupakan studi statistika. Studi statistika merupakan desain penelitian untuk merepresentasikan karakteristik suatu populasi dengan mengambil sebagian sampel untuk diteliti.

7) Lingkungan Penelitian

Desain penelitian ini berdasarkan lingkungan penelitian adalah lingkungan lapangan dimana data penelitian diambil dari data aktual dan tanpa kendali peneliti.

8) Persepsi Peserta

Berdasarkan persepsi peserta, peneliti tidak melakukan modifikasi atau pengaruh apapun terhadap rutinitas sehari-hari peserta.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel adalah simbol terhadap suatu peristiwa, tindakan, karakteristik, sifat atau atribut yang dapat diukur dan dapat diberi nilai (Cooper dan Schindler, 2014:55). Berikut ini merupakan identifikasi variabel penelitian yang ada dalam penelitian ini:

3.3.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen menurut Sugiyono (2012) adalah variabel bebas atau variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel endogen dalam SEM (*Structural Equation Modelling*)/Pemodelan Persamaan Struktural. Dalam model struktural penelitian ini, yang menjadi variabel eksogen adalah kredibilitas *streamer*, kekayaan media, dan interaktivitas, sedangkan dalam model pengukuran penelitian ini, yang

menjadi variabel eksogen adalah kemenarikan *streamer*, keahlian *streamer*, dan tingkat kepercayaan *streamer*..



3.3.2 Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel terikat atau variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel eksogen dalam SEM (Structural Equation Modelling)/Pemodelan Persamaan Struktural. Dalam model struktural (*structural model/inner model*) penelitian ini, yang menjadi variabel endogen adalah *purchase intention*.

3.4 Tabel Operasional Variabel

Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel

NO.	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Sub dimensi	Indikator	Instrumen
1	<i>Live Streaming Shopping</i> (X)	<i>Live-stream</i> adalah model bisnis baru dimana melibatkan interaksi secara <i>real-time</i> dalam sebuah media teknologi dimana terjadi komunikasi dua arah antara <i>streamer</i> sebagai penjual yang menjelaskan detail produknya dan konsumen sebagai penonton siaran.	1. Kredibilitas <i>streamer</i>	1. Kemenarikan <i>streamer</i>	1. Pakaian yang digunakan <i>streamer</i> . (KMS1) 2. Kecantikan atau ketampanan. wajah <i>streamer</i> . (KMS2) 3. Suara <i>streamer</i> saat berbicara. (KMS3)	1. <i>Host Shopee Live</i> memakai pakaian yang bagus (KMS1) 2. <i>Host Shopee live</i> memiliki wajah yang tampan atau cantik (KMS2) 3. <i>Streamer live streaming shopping</i> memiliki suara yang menarik perhatian. (KMS3)



Tabel 3.2
Tabel Operasional Variabel (lanjutan)

NO.	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Sub dimensi	Indikator	Instrumen
1.	Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang			2. Keahlian <i>streamer</i>	1. Pengetahuan <i>host live</i> terkait produk yang ditawarkan. (KHS1) 2. Kemampuan <i>host live</i> mempresentasikan deskripsi produk yang ditawarkan (KHS2) 3. Kemampuan <i>host live</i> dalam menjelaskan produk secara persuasif. (KHS3)	1. <i>Host Shopee live</i> memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan (KHS1) 2. <i>Host Shopee Live</i> dapat mempresentasikan produk dengan baik tanpa terbata-bata. (KHS2) 3. <i>Host Shopee Live</i> mempresentasikan deskripsi produk dengan kalimat yang membujuk. (KHS3)
				3. Tingkat Kepercayaan <i>streamer</i>	1. Kesesuaian perkataan dengan fakta tentang produk 2. Kemampuan <i>host live</i> menepati janji yang dijanjikan mengenai produk saat <i>live streaming shopping</i>	1. <i>Host Shopee live</i> memberikan informasi produk sesuai kebenaran tanpa merekayasa. (TKS1) 2. <i>Host Shopee live</i> menepati perkataannya terkait penawaran produk (TKS2)

(C) 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.

Tabel 3.2
Tabel Operasional Variabel (lanjutan)

NO.	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Sub dimensi	Indikator	Instrumen
1.	Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang		2. Kekayaan Media		1. Kemampuan media <i>live streaming</i> memfasilitasi umpan balik langsung. (KM1) 2. Kebebasan penonton untuk berkomunikasi dengan pesan sesuai keinginan dan kebutuhan penonton (KM2). 3. Kemampuan penonton menggunakan komunikasi non-verbal (contoh: emoji) kepada <i>host live</i> dan penonton lain. (KM3)	1. Media <i>Shopee Live</i> memfasilitasi saya untuk memberikan komentar/reaksi langsung secara <i>real-time</i> . (KM1) 2. Media <i>Shopee Live</i> memberikan saya dan penonton lain kebebasan berkomunikasi dengan pesan sesuai kebutuhan dan keinginan. (KM2) 3. Media <i>Shopee Live</i> menyediakan fitur pesan non-verbal (emoji). (KM3)
			3. Interaktivitas		1. Kemampuan <i>host live</i> menjawab pertanyaan-pertanyaan atau komentar dari penonton. (INT1) 2. Interaksi sosial antar penonton. (INT2)	1. <i>Host Shopee live</i> menjawab pertanyaan saya terkait produk yang ditawarkan secara responsif (INT1) 2. Saya dapat bertukar pendapat terkait produk yang ditawarkan dengan <i>host Shopee live</i> dan penonton lain secara <i>real-time</i> (INT2)

(C) 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.

Tabel 3.2
Tabel Operasional Variabel (lanjutan)

NO.	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Sub dimensi	Indikator	Instrumen
2	<i>Purchase Intention</i> (Y)	Kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk atau <i>brand</i> yang umumnya didasarkan pada kecocokan dan kesesuaian antara motif pembelian dengan atribut atau karakteristik yang dimiliki oleh produk atau <i>brand</i> tersebut. Belch dan Belch (2018)	-	-	1. Keinginan dalam mencari informasi tentang produk. (PI1) 2. Pertimbangan untuk membeli produk. (PI2) 3. Ketertarikan untuk mencoba produk (PI3) 4. Rasa ingin tahu produk. (PI4) 5. Keinginan untuk memiliki produk. (PI5)	1. Saya ingin mencari informasi produk yang ditawarkan <i>host Shopee live</i> lebih lanjut. (PI1) 2. Saya mempertimbangkan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh <i>host Shopee live</i> . (PI2) 3. Saya ingin mencoba menggunakan produk yang ditawarkan jika ada kesempatan. (PI3) 4. Saya dengan aktif mencari produk yang ditawarkan oleh <i>host Shopee live</i> tersebut di media lain. (PI4) 5. Saya tertarik untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh <i>host Shopee live</i> (PI5)

3.3 Teknik Pengambilan dan Pengumpulan data

Populasi menurut Sugiyono (2012) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan



oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah sebagai berikut.

1. pengguna Shopee yang berasal dari Indonesia.
2. Konsumen Shopee yang pernah menonton Shopee Live dalam periode 2021-2023
3. Konsumen Shopee yang pernah melakukan pembelian produk tertentu di *marketplace* Shope dalam periode 2021-2023

Sampel menurut Sugiyono (2012) adalah bagian dari jumlah dan arakterisitik yang dimiliki oleh populasi dalam penelitian. Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Hair. Menurut Hair et al., (2010:176) rumus ini digunakan jika ukuran atau jumlah populasi tidak dapat diketahui dengan pasti . Lanjut Hair rasio minimal adalah 5:1 yang artinya 5 sampel untuk setiap indikator variabel penelitian.

Dengan demikian, dapat dirumuskan sebagai berikut

$$\begin{aligned}
 N &= 5 \times \text{jumlah indikator yang digunakan} \\
 &= 5 \times 19 \\
 &= 95
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus Hair di atas, maka dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 95 responden.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability purposive sampling*. *Nonprobability sampling* menurut Sugiyono (2012:120) adalah teknik pengambilan sampe yang tidak memberikan kesempatan/pejuang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dapat dipilih menjadi sampel. Lanjut Sugiyono (2012:122) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan menggunakan



pertimbangan tertentu. Pertimbangan atau yang bisa disebut sebagai kriteria responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen *Shopee* yang pernah melakukan pembelian produk tertentu saat menonton *Shopee Live* di aplikasi *Shopee*.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode komunikasi dengan instrumen kuesioner. Kuesioner ini dibuat dengan menggunakan skala Likert.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan alat bantu *software SmartPLS*, yang dijalankan dengan perangkat komputer. Menurut Hair et al (2010:691), PLS (*Partial Least Square*) adalah pendekatan alternatif SEM yang konstruksi direpresentasikan sebagai gabungan berdasarkan hasil analisis faktor, tanpa upaya untuk menciptakan kembali kovarians di antara item yang diukur. PLS merupakan pendekatan model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2013), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Sugiono (2017), hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid dengan taraf signifikansi 0,05.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas harus dilakukan dalam penelitian untuk menguji tingkat kepercayaan. Menurut Ghazali (2013), Uji reliabilitas adalah alat bantu untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

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.



Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika terdapat konsistensi jawaban individu terhadap suatu pertanyaan dari waktu ke waktu. Menurut Ghazali (2013), variabel dikatakan reliabel apabila variabel atau konstruk memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Rumus dari *Cronbach Alpha* adalah:

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

Keterangan

r_{11} = instrumen reliabilitas

k = jumlah butir pertanyaan

σt^2 = varians total

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

3.6.3 Analisis Outer model/Measurement Model/model pengukuran

Analisis *outer model* atau *measurement model* atau *model pengukuran* dilakukan untuk menguji hubungan-hubungan dan spesifikasi indikator-indikator dengan konstruksinya. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa *measurement* atau ukuran yaitu variabel manifest atau indikator yang digunakan dalam model penelitian ini layak untuk dijadikan pengukuran. Analisa model pengukuran ini dilakukan dengan beberapa perhitungan sebagai berikut:

a. Convergent Validity

Convergent validity adalah uji yang dilakukan untuk mengukur validitas dari korelasi antara variabel manifest atau indikator terhadap variabel latennya. Menurut Hair et al (2010:709), untuk menguji apakah indikator dikatakan valid atau tidak, maka melihat nilai *loading factor*. Menurut Hair, nilai *loading factor*



minimal adalah 0,5 dan nilai yang ideal untuk mengatakan indikator valid adalah di atas 0,7.

Discriminant Validity

Discriminant Validity menurut Hair et al. (2010:710) adalah untuk mengukur sejauh mana setiap konstruk benar-benar berbeda dari konstruk yang lain.

Pengujian validitas diskriminan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1) *Cross-loading*

Untuk melakukan pengujian validitas diskriminan, dapat dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* tiap indikator sebuah konstruk dan membandingkannya dengan konstruk lain. Syarat untuk memenuhi validitas diskriminan adalah suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai nilai *loading factor* lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *loading factor* indikator konstruk lain.

2) *Fornell-Larcker Criterion*

Cara kedua selain dengan *cross-loading* dalam pengujian validitas diskriminan adalah dengan metode Fornell-Larcker. Untuk menguji validitas diskriminan menggunakan metode Fornell-Larcker adalah dengan melihat nilai akar dari *average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE sebuah konstruk lebih besar dari korelasi antara konstruk dengan konstruk lain dalam model, maka dapat dinyatakan bahwa indikator valid.

3) *Composite Reliability*

Composite reliability adalah pengukuran reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal instrumen dalam model penelitian. Untuk melakukan pengujian reliabilitas komposit/*composite reliability* instrumen model

penelitian dengan melihat nilai *composite reliability* setiap variabel. Variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 dan *composite reliability* lebih besar dari 0,6 sebagai nilai yang reliabilitas yang cukup dan nilai di atas 0,7 sebagai nilai reliabilitas yang baik.

4) *Average Variance Extracted*

Average Variance Extracted adalah nilai rata-rata varian untuk menentukan validitas konvergen. Nilai AVE yang baik untuk menyatakan bahwa varian valid secara konvergen adalah sama dengan atau lebih besar dari 0,5.

3.6.4 Analisis Inner Model/Structural Model/Model Struktural

Analisis *inner model* atau *structural model* atau *model struktural* adalah pengujian hubungan-hubungan antara konstruk atau variabel laten. Dalam analisis *inner model*, bertujuan untuk menemukan hubungan-hubungan antar konstruk atau variabel laten dengan melihat hasil estimasi koefisien parameter path dan tingkat signifikansinya. Dalam analisa *inner model*, terdapat beberapa perhitungan sebagai berikut

a. R Square (R^2) / Koefisien Determinasi

Nilai R Square pada konstruk endogen. Menurut Hair et al. (2018:780) Koefisien determinasi yang dijelaskan dalam nilai R^2 dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 sampai 1. Nilai 0 dikatakan tidak memiliki hubungan dan nilai 1 merupakan nilai sempurna. Hair et al., (2018:780) membagi hasil R Square menjadi tiga tingkat. Jika hasil R^2 sebesar 0,75, maka variabel endogen dalam *inner model* dinilai baik (substansial), jika hasil R^2 0,50 sebagai moderat, dan R^2 sebesar 0,25 dinilai sebagai lemah.





b. Persamaan Model Struktural/*Inner Model*

Persamaan model struktural atau *inner model* dilihat dari tabel koefisien jalur dari masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut adalah rumus persamaan model struktural atau *inner model*:

$$\eta = \beta\eta + \Gamma\xi + \varsigma$$

Keterangan:

η : konstruk atau variabel endogen

β dan Γ : matriks koefisien jalur

ξ : konstruk atau variabel eksogen

ς : error residual

c. Effect Size (F_2)

Nilai *effect size* (F_2) menurut Hair et al. (2018:780) merupakan nilai R^2 ketika variabel eksogen tertentu dihilangkan dalam model struktural atau *inner model*. Ukuran ini dihitung untuk menentukan apakah menghapus konstruk prediktor dari model struktural memiliki dampak substantif pada konstruk endogen. F^2 juga merupakan ukuran besaran pengaruh antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Dalam Hair et al. (2018), acuan yang digunakan dalam melihat nilai F^2 adalah berdasarkan Cohen dimana jika hasil F_2 sebesar 0,35, maka pengaruh dinilai besar, jika hasil F_2 sebesar 0,15, dinilai sebagai sedang, dan 0,02 dinilai sebagai kecil. Jika hasil F_2 kurang dari 0,02, maka dianggap tidak ada pengaruh.

c. Estimasi Koefisien jalur dan tingkat signifikansi

Estimasi koefisien jalur merupakan nilai koefisien jalur untuk melihat signifikansi dan kekuatan hubungan tersebut serta untuk menguji hipotesis. Untuk mendapatkan nilai estimasi koefisien jalur, maka dilakukan prosedur

boottrapping. Untuk menguji signifikansi, dapat dilakukan dengan dua pendekatan. Pendekatan pertama adalah dengan melihat nilai *p value*. Jika *p value* lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan terdapat pengaruh dan sebaliknya. Pendekatan kedua adalah dengan melihat nilai *t statistics*. Jika nilai *t statistics* lebih besar dari *t* tabel, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh signifikan.

d. *Prediction Relevance* (Q_2)

Prediction relevance (Q_2) atau disebut sebagai *Stone-Geisser's* adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi seberapa baik nilai yang dihasilkan. Menurut Hair et al. (2018), sebagai acuan, jika nilai Q^2 lebih besar dari 0, maka variabel endogen dalam model struktural memiliki *predictive relevance* yang baik dan dapat diterima, sebaliknya jika nilai Q^2 kurang dari 0, maka model dikatakan kurang atau tidak memiliki *predictive relevance*. Menurut Sarstedt dan Ringle (2017), jika hasil Q_2 sebesar 0,02, maka nilai *predictive relevance* variabel endogen dianggap kecil, 0,15 sedang, dan 0,35 dinilai besar.

C Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

