

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada Bab ini akan membahas mengenai Objek Penelitian, Desain Penelitian, Populasi dan Sampel, Lokasi Penelitian, Variabel Penelitian, Teknik Pengumpulan data, serta Pengolahan Data dan Analisis Data. Objek Penelitian menjelaskan gambaran singkat mengenai sesuatu yang ingin dilakukan penelitian dan menjelaskan mengenai apa dan siapa yang menjadi obyek dari penelitian tersebut. Desain Penelitian menjelaskan mengenai cara dan pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian beserta dengan alasan mengapa pendekatan tersebut digunakan. Populasi dan Sampel, Populasi menjelaskan mengenai keseluruhan objek dengan karakteristik tertentu yang akan dijadikan sampel dalam penelitian. Sedangkan Sampel merupakan sekumpulan anggota populasi yang dipilih berdasarkan kriteria dengan jumlah tertentu yang telah ditentukan dengan landasan kaidah analisis statistika.

Lokasi Penelitian menjabarkan mengenai di mana lokasi yang akan dilakukan penelitian serta alasan dari pemilihan lokasi tersebut. Variabel Penelitian menjabarkan mengenai masing-masing variabel beserta dengan definisi operasional, dan menjelaskan mengenai indikator yang akan digunakan dari variabel penelitian tersebut. Teknik Pengumpulan Data menjabarkan secara lengkap mengenai metode yang akan digunakan untuk pengumpulan data, penjelasan mengenai jenis data, instrumen, serta waktu untuk mengumpulkan data tersebut. Pengolahan Data dan Analisis Data menjabarkan mengenai cara dan proses pengolahan beserta dengan tahapan yang akan dilaksanakan.



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.



3.1 Objek dan Subjek Penelitian

- Objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini yaitu *E-Wallet* GoPay. Subjek dalam penelitian yaitu konsumen yang menggunakan *E-Wallet* GoPay di Jakarta. Penelitian akan dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner secara digital kepada responden di wilayah Jakarta pada periode Desember 2024 sampai Januari 2025.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Schindler (2022:75), Desain Penelitian merupakan “*blueprint*” untuk memenuhi tujuan dari penelitian. Menurut Schindler (2022:78) Desain Penelitian dapat terbagi menjadi 9 dimensi yaitu:

3.2.1 Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk penelitian *causal-explanatory study*, karena penelitian ini mencoba untuk menjelaskan hubungan antar variabel, untuk menentukan bagaimana satu variabel memengaruhi variabel lainnya.

3.2.2 Kemampuan untuk Memanipulasi Variabel yang Diteliti

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto design*, dikarenakan Peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel yang ada. Sebaliknya Peneliti mempelajari mengenai responden yang telah terpapar variabel independen dan responden yang belum terpapar, lalu membandingkan hasilnya.

3.2.3 Ruang Lingkup Topik

Penelitian ini menggunakan metode studi statistik, yaitu studi yang mencoba untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari

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



karakteristik sampel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.2.4 Teknik Pengukuran Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif bergantung pada kualitas instrumen pengukuran yang akan digunakan untuk observasi, survei, dan uji eksperimental.

3.2.5 Kompleksitas Desain

Desain yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu desain metodologi tunggal, yang hanya menggunakan satu cara pengumpulan data.

3.2.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu menggunakan studi komunikasi. Peneliti memberikan pertanyaan kepada responden dan mengumpulkan tanggapan dari responden tersebut. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang dikumpulkan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Instrumen yang akan digunakan dalam studi komunikasi penelitian ini yaitu menggunakan bantuan instrumen kuesioner.

3.2.7 Lingkungan Penelitian

Penelitian dilakukan berdasarkan kondisi aktual dari lapangan, responden tidak akan mengubah perilaku mereka yang sebenarnya, perilaku yang mungkin tidak disadari oleh responden penelitian tersebut. Data diperoleh secara langsung dari responden yang menggunakan *E-Wallet* GoPay di Jakarta.

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.



3.2.8 Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional studies*, dimana pengumpulan data hanya akan dilakukan dalam satu kali saat melakukan penyebaran kuesioner dan penerimaan respon dari responden.

3.2.9 Kesadaran Persepsi Peserta

Secara tidak langsung, kesadaran dari peserta penelitian atau responden dapat memengaruhi hasil dari penelitian. Jika responden menyadari ketika penelitian sedang berlangsung, maka responden mungkin bertindak dengan cara yang kurang alami dan manfaat dari penelitian akan berkurang.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2022:126), Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh Peneliti untuk dipelajari dan dijadikan dasar untuk mengambil kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunduh dan menggunakan *E-Wallet GoPay* yang berdomisili di Kota Jakarta.

Menurut Sugiyono (2022:127), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari suatu populasi. Sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi yang telah ditentukan dalam penelitian. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Schindler (2022:111) menjelaskan *purposive sampling* adalah teknik sampling yang menggunakan kualifikasi tertentu untuk penentuan sampel. Salah satu tipe dari *purposive sampling* yaitu *judgement sampling*, dengan pemilihan anggota sampel untuk memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh Peneliti dalam konteks penelitian (Schindler, 2022:111).



Kriteria sampel yang telah ditetapkan Peneliti pada penelitian ini yaitu yang

mengisi kuesioner yang disebarakan oleh Peneliti melalui media sosial dan *chatting apps*, seperti Instagram, WhatsApp, dan lain-lain.

Hair et al. (2021:161) menyatakan minimum ukuran sampel dalam sebuah penelitian ditentukan dengan:

- 1) Ukuran sampel minimum berjumlah 100 sampel.
- 2) Penentuan ukuran sampel minimum dapat juga dilakukan dengan rasio 5:1 (jumlah responden:item pengukuran). Sehingga sampel minimum pada penelitian ini sebesar 5×11 yaitu 55 responden.

Sesuai dengan kriteria tersebut, ukuran sampel minimum dalam penelitian ini sebesar 100 sampel atau responden.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi yang telah ditentukan oleh Peneliti untuk melaksanakan penelitian yaitu di Kota Jakarta. Alasan pemilihan lokasi ini sebagai Lokasi Penelitian dikarenakan keterbatasan yang dimiliki Peneliti dalam konteks penelitian, serta lokasi tersebut merupakan wilayah domisili dari Peneliti.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purchase Intention* atau Niat Beli yang dapat diartikan sebagai rencana atau niat konsumen yang nyata untuk membeli produk atau jasa tertentu untuk digunakan di masa yang akan datang. Dalam jurnal Putrevu dan Lord (1994) yang diadopsi oleh Peneliti, terdapat 2 buah item untuk mengukur variabel *purchase intention*, yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel *Purchase Intention*

Variabel	Pengukuran	Butir Pernyataan	Skala
<i>Purchase Intention</i>	Kemungkinan untuk membeli produk dari merek tertentu	Saya mempertimbangkan untuk menggunakan GoPay.	Interval
	Intensi untuk membeli merek tertentu ketika produk diperlukan	Saya akan menggunakan GoPay ketika membutuhkan layanan pembayaran.	Interval

Sumber: Diadopsi dari Putrevu dan Lord (1994)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.5.2 Variabel Independen (X)

Variabel Independen yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Brand Experience (X1)* dan *Brand Image (X2)*.

a. *Brand Experience (X1)*

Brand experience dapat diartikan respon atau pengalaman dari konsumen yang dipicu oleh interaksi dengan berbagai elemen dari merek maupun hasil dari pembelian suatu produk dari merek tertentu. Dalam jurnal Brakus et al. (2009), terdapat pengukuran dari *brand experience* yaitu:

Tabel 3. 2
Operasionalisasi Variabel *Brand Experience*

Variabel	Pengukuran	Butir Pernyataan	Skala
<i>Brand Experience</i>	<i>Sensory</i>	1) Tampilan visual GoPay membuat Saya menjadi terkesan.	Interval
		2) Saya tertarik terhadap tampilan GoPay.	
	<i>Affective</i>	1) Menggunakan GoPay menimbulkan perasaan positif bagi Saya.	Interval
		2) GoPay adalah merek yang mampu membangun keterikatan emosional dengan Saya.	

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. 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>Behavioral</i>	1) Saya merasa keinginan Saya terpenuhi ketika menggunakan GoPay.	Interval
	<i>Intellectual</i>	1) Rasa penasaran Saya terkait dompet digital terjawab ketika Saya menggunakan GoPay.	Interval

Sumber: Diadopsi dari Brakus et al. (2009)

b. *Brand Image* (X₂)

Brand Image merupakan persepsi atau keyakinan yang dimiliki konsumen mengenai suatu merek yang terbentuk melalui asosiasi merek yang tersimpan dalam ingatan konsumen. Dalam jurnal Severi dan Ling (2013) terdapat 3 buah item untuk pengukuran dari *brand image* yaitu:

Tabel 3. 3
Operasionalisasi Variabel *Brand Image*

Variabel	Pengukuran	Butir Pernyataan	Skala
<i>Brand Image</i>	Citra yang berbeda dari produk atau merek dibandingkan dengan produk atau merek lain.	Menurut Saya GoPay memiliki citra yang berbeda jika dibandingkan dengan layanan E-Wallet lain.	Interval
	Citra positif yang dimiliki oleh produk atau merek.	Menurut Saya GoPay memiliki citra yang positif sebagai layanan pembayaran digital.	Interval
	Kedudukan produk atau merek yang sudah mapan.	Menurut Saya GoPay merupakan merek dompet digital yang terkemuka.	Interval

Sumber: Severi dan Ling (2013)



3.6 Teknik Pengumpulan Data

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

Dalam penelitian ini, data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh secara langsung dari responden. Peneliti menggunakan teknik komunikasi dengan bantuan instrumen kuesioner melalui *google form* yang akan disebarakan kepada responden, yang berisi daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel *purchase intention*, *brand experience*, dan *brand image* dengan parameter, serta diukur dengan menggunakan skala likert.

3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

3.7.1 Evaluasi Model

a. Uji Validitas

Schindler (2022:245) menjelaskan validitas sebagai sejauh mana skala yang ditentukan dalam penelitian benar-benar mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian. Menurut Ghazali (2020:74), pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah item atau indikator yang merepresentasikan konstruk laten valid atau tidak dalam menjelaskan konstruk laten yang diukur. Hair et al. (2019:676) menyatakan suatu pertanyaan dapat dikatakan valid jika nilai *Factor Loading* >0.5 dan Ghazali (2020:78) menyatakan suatu pengukuran dapat dikatakan valid apabila nilai *P-Value* <0.05 .

b. Uji Reliabilitas

Schindler (2022:245) menjelaskan reliabilitas berkaitan dengan sejauh mana suatu prosedur pengukuran dapat menghasilkan hasil yang akurat dan presisi. Menurut Ghazali (2020:75), pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah item atau indikator dari instrumen dapat digunakan atau tidak untuk melakukan pengukuran lebih dari dua kali dengan hasil yang akurat. Hair et al. (2019:776) menyatakan pengukuran dapat

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



dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* >0.7 dan *Composite Reliability* >0.7. Namun menurut Ursachi et al. (2015), nilai *Cronbach's Alpha* 0.6-0.7 dapat diterima.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.7.2 Analisis Deskriptif

a. Rata-Rata Hitung (*Mean*)

Menurut Rizkia et al. (2023:130), Rata-rata hitung (*mean*) adalah salah satu analisis statistik untuk menentukan ukuran pemusatan data. Untuk melakukan penghitungan *mean*, dilakukan penjumlahan semua data dari sampel dan pembagian dengan total ukuran sampel. Nilai *mean* dapat ditemukan dengan rumus berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} : Rata-rata hitung

$\sum X_i$: Jumlah tiap data

n : Jumlah data

b. Rata-Rata Tertimbang (*Data Kelompok*)

Rata-rata tertimbang merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menentukan rata-rata data dengan memperhitungkan bobot dari setiap data. Rumus dari rata-rata tertimbang menurut Rizkia et al. (2023:130) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

\bar{x} : Mean

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.



f_i : Frekuensi

x_i : Data

c. Analisis Persentase

Analisis Persentase adalah suatu metode analisis yang memiliki tujuan untuk mengidentifikasi ciri atau karakteristik responden yang dipilih oleh Peneliti untuk mengisi kuesioner yang disebarkan. Rumus dari Analisis Persentase menurut Wahyuning (2021:20) sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Angka persentase

f : Frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N : Jumlah responden

d. Rentang Skala

Rentang Skala memiliki tujuan untuk mengidentifikasi dan menetapkan letak pernyataan responden melalui penetapan skor dalam setiap variabel. Rumus Rentang Skala menurut Umar (2019:91) sebagai berikut:

$$Rs = \frac{(b - k)}{b}$$

Keterangan :

- Rs : Rentang skala

- m : Skala ukur terbesar

- k : Skala ukur terkecil

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

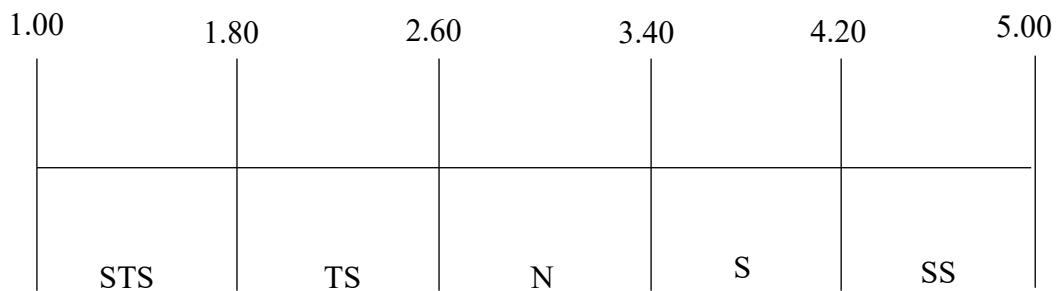
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Skor terbesar yang ada pada penelitian ini yaitu 5, dan skor terkecil yaitu 1. Serta jumlah kategori adalah 5, oleh karena itu Rentang Skala dari penelitian ini yaitu:

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

Melalui penghitungan tersebut, didapatkan hasil skor untuk rentang skala penelitian ini adalah 0.8, maka:



Keterangan :

1.00 – 1.80 = dikategorikan Sangat Tidak Setuju (STS)

1.81 – 2.60 = dikategorikan Tidak Setuju (TS)

2.61 – 3.40 = dikategorikan Netral (N)

3.41 – 4.20 = dikategorikan Setuju (S)

4.21 – 5.00 = dikategorikan Sangat Setuju (SS)

© 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.



Sugiyono (2022:146) menjelaskan skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai fenomena sosial.

Tingkatan skala likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3. 4
Skala Likert

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

3.7.4 Selang Kepercayaan

Selang Kepercayaan (*Confidence Interval*) menurut Hair et al. (2021:94) adalah rentang parameter keberadaan populasi dengan asumsi tingkat kepercayaan dengan contoh yaitu 95%. Berikut adalah rumus untuk menetapkan selang kepercayaan yaitu:

$$CI = \bar{X} \pm z_{\alpha/2} \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Keterangan:

CI : *Confidence Interval*

\bar{X} : Rata – rata sampel

$z_{\alpha/2}$: Nilai dari tabel z (*confidence level*) dengan α sebesar 0.05

s : Standar deviasi

n : Ukuran sampel

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.



3.7.5 Evaluasi Model Fit

Evaluasi Model Fit bertujuan untuk menemukan suatu model yang fit dengan data aslinya, dan memiliki manfaat untuk mengukur kualitas model. Model yang ditentukan pada penelitian ini yaitu PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Model*) dengan sepuluh indikator ukuran fit model, yaitu:

a. *Average Path Coefficient (APC)*, *Average R-Squared (ARS)*, dan *Average Adjusted R-Squared (AARS)*

Ghozali (2020:83) menjelaskan APC, ARS, dan AARS digunakan untuk mengukur rata-rata nilai *path* koefisien *R-Square* dan *Adjusted R-Square* yang dihasilkan dalam model. Nilai *P-Value* untuk APC, ARS, dan AARS yang disarankan sebagai indikasi kecocokan model yaitu ≤ 0.05 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%.

b. *Average Block Variance Inflation (AVIF)* dan *Average Full Collinearity VIF (AFVIF)*

Ghozali (2020:84) menjelaskan AVIF dan AFVIF adalah ukuran model fit yang digunakan untuk menguji masalah *collinearity* dalam model PLS. Nilai yang disarankan untuk AVIF dan AFVIF harus ≤ 3.3 yang disertai dengan asumsi mayoritas konstruk atau variabel dalam model yang diukur dengan dua atau lebih indikator. Walau demikian, dengan nilai ≤ 5 untuk AVIF dan AFVIF masih dapat diterima dalam model dengan syarat sebegini besar konstruk atau variabel pada model diukur dengan indikator tunggal.

c. *Tenenhaus GoF (GoF)*

© 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.



Ghozali (2020:85) menjelaskan nilai GoF memiliki tiga tingkatan nilai yakni GoF kecil (0.10), GoF sedang (0.25), dan GoF besar (0.36).

d. *Sympson's Paradox Ratio (SPR)*

Ghozali (2020:85) menjelaskan *Simpson's Paradox Ratio* merupakan suatu ukuran indeks yang mengindikasikan masalah kausalitas. Nilai SPR seharusnya adalah 1, namun ≥ 0.7 atau 70% masih dapat diterima.

e. *R-Squared Contribution Ratio (RSCR)*

Ghozali (2020:86) menjelaskan RSCR adalah indeks untuk mengukur perluasan dimana suatu model bebas dari kontribusi *R-Squared* bernilai negatif. Nilai ideal dari RSCR adalah 1, namun ≥ 0.9 masih dapat diterima. Hal ini menjelaskan bahwa 90% atau lebih dari *path* dalam model tidak memiliki hubungan dengan kontribusi *R-Squared* negatif.

f. *Statistical Suppression Ratio (SSR)*

Ghozali (2020:86) menjelaskan SSR adalah indeks yang digunakan untuk mengukur perluasan dimana suatu model bebas dari masalah *statistical suppression* efek. Nilai SSR yang dapat diterima yaitu ≥ 0.7 , yang memiliki arti bahwa 70% atau lebih *path* dalam model bebas dari *statistical suppression*.

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

Ghozali (2020:86) menjelaskan NLBCDR adalah indeks yang digunakan untuk mengukur perluasan dimana koefisien non-linear bivariat dari hubungan yang didukung untuk hipotesis dari hubungan kausal didalam model. Nilai NLBCDR yang ideal yaitu ≥ 0.7 , yang memiliki arti 70% atau lebih dari *path* yang berhubungan dalam model mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah.

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.



3.7.6 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Ghozali (2020:74) menjelaskan Evaluasi Model Struktural *sebagai prediksi* hubungan antar variabel laten dalam penelitian dan untuk mengetahui signifikansi dari *P-Value*. Persamaan struktural yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$PI = \gamma_{11} * BE + \gamma_{12} * BI$$

Keterangan:

PI : *Purchase Intention*

BE : *Brand Experience*

BI : *Brand Image*

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti berikut:

a. Arah hubungan antar variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis dari penelitian ini yaitu:

1) Pengaruh *Brand Experience* terhadap *Purchase Intention*

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

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

2) Pengaruh *Brand Image* terhadap *Purchase Intention*

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

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

© 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.

Kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tolak H_0 jika $P\text{-value} < 0,05$, memiliki arti terbukti ada pengaruh.

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

- b. Evaluasi *Inner model* menurut Ghozali (2020:80), dapat dilihat dari nilai *R-Squares* dari setiap variabel laten endogen. Perubahan dari nilai *R-Squares* bermanfaat untuk menjelaskan pengaruh dari variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Nilai *R-Squares* yang semakin besar, dapat diartikan bahwa *predictor model* semakin baik dalam menjelaskan *variance*.

© 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.