

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian ini menggunakan strategi asosiatif, yaitu berdasarkan pada karakteristik masalah pokok penelitian. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Bahwa pada penelitian ingin mengetahui variabel kualitas produk (X1), citra merek (X2) dan gaya hidup (X3). Tujuan menggunakan strategi asosiatif ialah untuk dapat menjelaskan pengaruh antara kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian iPhone dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa perguruan tinggi di Bekasi. Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang dicapai, pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2018:8) menguraikan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, penggunaan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2018:15) metode survey merupakan metoda penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang melalui proses dan hasil penelitian agar dapat untuk di generasikan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi umum penelitian ini adalah mahasiswa/i perguruan tinggi di Bekasi.

Sesuai dengan tujuan penelitian ini maka sebagai populasi target penelitian yaitu mahasiswa/i perguruan tinggi di Bekasi pengguna *smartphone* iPhone.

Berikut ini adalah daftar perguruan tinggi di Bekasi :

Tabel 3.1. Daftar Perguruan Tinggi

No	Perguruan Tinggi
1	Akademi Akuntansi Bina Insani
2	Akademi Kebidanan Bhakti Husada
3	Akademi Kebidanan Farama Mulya
4	Akademi Kebidanan Gema Nusantara Bekasi
5	Akademi Kebidanan Prima Indonesia
6	Akademi Kebidanan Suka Wangi Bekasi
7	Akademi Keperawatan As-Syafiiyah Bekasi
8	Akademi Komunikasi Radio Dan Televisi
9	Akademi Perdagangan Bandung
10	Akademi Perpajakan Padang
11	Akademi Radiognostik Dan Radioterapi Yapenpernus Bekasi
12	Akademi Sekretari Dan Manajemen Bina Insani
13	Akademi Sekretari Dan Manajemen Insulindo Jalan
14	Akademi Teknik Mesin Industri Cikarang
15	Akademi Teknologi Patriot Jalan
16	AMIK Al-Muslim Bekasi
17	AMIK BSI Bekasi
18	AMIK MIC
19	Institut Agama Islam Shalahuddin Al-Ayyubi (INISA)
20	Institut Bisnis Muhammadiyah
21	Institut Elkatarie Politeknik Transportasi Darat Indonesia
22	Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI
23	Institut Teknologi Sains Bandung
24	London School Public Relation
25	Politeknik Bhakti Kartini
26	Politeknik Bina Madani
27	Politeknik Gunakarya Indonesia Bekasi
28	Politeknik Industri ATMI
29	Politeknik Kelapa Sawit Citra Widya Edukasi
30	Politeknik Meta Industri Cikarang
31	Politeknik Mitra Kusuma
32	Poltekkes Kemenkes Jakarta III
33	Sekolah Tinggi Bahasa Asing Bina Dinamika
34	Sekolah Tinggi Bahasa Asing Cipto Hadi

No	Perguruan Tinggi
35	Sekolah Tinggi Bahasa Asing IEC Bekasi
36	Sekolah Tinggi Bahasa Asing JIA
37	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Kawula Indonesia
38	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonom Syari'ah Mitra Karya Bekasi
39	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adhy Niaga
40	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi BII Bekasi
41	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Agung Bandung
42	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekadharma Indonesia
43	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
44	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Islam Haji Abdul
45	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi JIU
46	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mulia Pratama
47	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pertiwi
48	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
49	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tribuana
50	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bani Saleh
51	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Medistra Indonesia
52	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Mitra Keluarga
53	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Prima Indonesia
54	Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
55	Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
56	Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Hidayatunnajah Bekasi
57	Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Nusantara
58	Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Al Muslim
59	Sekolah Tinggi Teknik Cikarang
60	Sekolah Tinggi Teknologi Bina Tunggal
61	Sekolah Tinggi Teknologi Duta Bangsa
62	Sekolah Tinggi Teknologi Mitra Karya
63	Sekolah Tinggi Teologi Bethesda
64	Sekolah Tinggi Teologi Katharos Indonesia Bekasi
65	Sekolah Tinggi Teologi Kenos Jakarta
66	Sekolah Tinggi Transportasi Darat Bekasi
67	STAI At-Taqwa Bekasi
68	STAI Bani Saleh Bekasi
69	STAI Duta Bangsa Bekasi
70	STAI Haji Agus Salim Cikarang Bekasi
71	STAI Nur El Ghazy Bekasi
72	STAI Pelita Bangsa
73	STEBI Global Mulia Cikarang

No	Perguruan Tinggi
74	STID Mohammad Natsir Bekasi
75	STIT Al-Marhalah Al-`Ulya Bekasi
76	STIU Darul Hikmah Bekasi
77	STKIP Panca Sakti Bekasi
78	STMIK Abdi Negara
79	STMIK Bani Saleh
80	STMIK Bina Insani
81	STMIK Cikarang
82	STMIK Mercusuar
83	STMIK Mitra Karya
84	STMIK Pranata Indonesia
85	STT Bethel Bekasi
86	STT Kerusso Indonesia Bekasi
87	STT Lighthouse Equipping Theological School (Lets)
88	STT Tabernakel Kemuliaan-Nya
89	Universisa Mercu Buana
90	Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
91	Universitas Bina Insani
92	Universitas Bina Nusantara
93	Universitas BSI
94	Universitas Esa Unggul
95	Universitas Gunadarma
96	Universitas Indonesia Mandiri Bekasi
97	Universitas Islam 45
98	Universitas Islam As-syafiiyah
99	Universitas Krisnadwipayana
100	Universitas Medika Suherman
101	Universitas Mitra Karya Jalan
102	Universitas Muhammadiyah Bekasi
103	Universitas Multimedia Nusantara
104	Universitas Panca Sakti Bekasi
105	Universitas Pelita Bangsa
106	Universitas Presiden
107	Universitas Satya Negara Indonesia

Sumber : Kemendikbud.go.id

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:131) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini yaitu

mahasiswa/i Perguruan Tinggi di Bekasi pengguna *smartphone* iPhone. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui dan jumlahnya banyak penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu dengan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018:142) yang dimaksud *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang / kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Menurut Sugiyono (2018:138) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan hal tersebut, penarikan sampel dengan pertimbangan bahwa yang menjadi responden adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa/i pengguna *smartphone* iPhone minimal 6 bulan.
2. Mahasiswa/i Perguruan Tinggi di Bekasi.

Pada penelitian ini, penelitian menggunakan sampel (mewakili), yaitu sampel yang benar-bener mencerminkan populasinya. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan Sugiyono (2017:91) adalah antara 30 sampai dengan 500. Sedangkan menurut Frankel dan Wallen (2012) menyarankan besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang menjadi acuan oleh peneliti sebanyak 100 responden. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. menurut jumlah tersebut dianggap sudah representative untuk memperoleh data penelitian pada mahasiswa/i perguruan tinggi di Bekasi yang yang menggunakan iPhone. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa/i perguruan tinggi di Bekasi melalui google form yang disebarkan dengan menggunakan aplikasi WhatsApp.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:213) data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data. Data diperoleh dari angket yang dibagikan kepada responden, kemudian responden akan menjawab pertanyaan

sistematis. Pilihan jawaban juga telah tersedia, responden memilih jawaban yang sesuai dan dianggap benar setiap individu. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data yang diperoleh merupakan hasil dari pengamatan secara langsung dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden mahasiswa/i perguruan tinggi di Bekasi yang menggunakan iPhone.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:213) data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data disebut data sekunder, biasanya dalam bentuk file dokumen atau melalui orang lain. Peneliti mendapatkan tambahan data melalui berbagai sumber, mulai dari buku, jurnal online, artikel, berita dan penelitian terdahulu sebagai penunjang data maupun pelengkap data.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen angket berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2018:199). Oleh karena itu, peneliti melakukan peninjauan dan pengamatan secara langsung di Perguruan Tinggi di Bekasi agar kuesioner yang telah dibuat berdasarkan indikator - indikator penelitian yang ada dapat terdistribusikan secara baik sehingga dapat menghasilkan respon yang valid dan dapat diandalkan.

2. Pustaka (Library Search)

Dalam penelitian ini, penulis juga menambah informasi informasi dalam membantu pengumpulan data yang dibutuhkan berdasarkan kepustakaan atau melalui buku bacaan yang berhubungan dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening”.

3.4. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:38).

3.4.1 Skala dan Angka Penafsiran

Dalam kuesioner yang diberikan kepada responden menggunakan metode pengukuran skala likert, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Masing-masing jawaban dari 4 alternatif jawaban yang tersedia diberi bobot nilai (skor) sebagai berikut :

Tabel 3.1. Bobot kuesioner berdasarkan pada metoda Skala Likert

No	Pernyataan	Kode	Skor Nilai
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2018:199)

Variabel yang akan diukur menggunakan *skala likert* akan dijabarkan menjadi indikator variabel, dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan. Kemudian hasil pernyataan dan pertanyaan diolah sehingga menghasilkan kesimpulan.

Angka penafsiran dibutuhkan untuk memberi hasil jawaban, yang nantinya digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk memperoleh data mentah kemudian diolah hingga mendapatkan hasil akhir jawaban semua responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang pada kuesioner, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk masing-masing variabel dan indikator dalam dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*Independen*)

Menurut Sugiyono (2018:57) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel

dependen (terikat).

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah :

a.) Kualitas Produk (X1)

Menurut Kotler & Armstrong (2016:164) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

b) Citra Merek (X2)

Menurut Kotler & Keller (2016: 330) citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam pikiran konsumen ketika akan mengingatkan suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana akan muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek. Teori Lain juga mengatakan pengertian dari citra merek adalah berhadapan dengan properti ekstrinsik dari produk dan jasa, termasuk cara merek itu memenuhi kebutuhan sosial atau psikologis pelanggan.

c) Gaya Hidup (X3)

Menurut Kotler & Keller (2016:192) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.

2. Variabel Mediasi (*Intervening*)

Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya variabel dependen (Sugiyono, 2018:59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *intervening* adalah minat beli (Z). Menurut Kotler & Keller (2016:21) minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merk ke merek lainnya. Bila manfaat yang lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya maka dorongan untuk membeli semakin tinggi.

3. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2018:57). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Menurut Kotler & Keller (2016:192) keputusan pembelian yaitu keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang melakukan pembelian barang dan jasa untuk konsumsi pribadi mereka.

Instrumen pada penelitian ini dikembangkan dari instrumen penelitian penelitian terdahulu. Instrumen penelitian ini diukur dengan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Variabel yang diukur, dijabarkan ke dalam beberapa indikator. Indikator dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2. Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	No item
1	Kualitas Produk (X1) Kotler & Keller (2014 : 8-10)	1. Bentuk (form) 2. Fitur (feature) 3. Kualitas kinerja 4. Kesan kualitas (perceived quality) 5. Ketahanan (durability) 6. Keandalan (reliability) 7. Kemudahan perbaikan (repairability) 8. Gaya (style) 9. Desain (design)	1-9
2	Citra Merek (X2) Kotler & Keller (2016: 330)	1. Keunggulan asosiasi merek 2. Kekuatan asosiasi merek 3. Keunikan asosiasi merek	10-12
3	Gaya Hidup (X3) Setiadi (2015:81)	1. Aktivitas (Activities) 2. Ketertarikan (Interest) 3. Pendapat (Opinion)	13-15
4	Minat Beli (Z) Kotler dan Keller (2016 : 181)	1. Minat Transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	16-19

No	Variabel	Indikator	No item
5	Keputusan Pembelian (Y) Kotler & Amstrong (2016:188)	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Saluran Pembelian 4. Penentuan Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode pembayaran.	20-25

3.5 Metoda Analisis Data

Data didapat dari terkumpulnya hasil kuesioner yang kemudian akan diolah. Pada penelitian ini memilih menggunakan software untuk dapat memperoleh data yang akurat, tepat dan lebih mudah. Sehingga dibuat dalam bentuk seperti tabel dan gambar dengan tujuan agar data mudah dibaca serta dimengerti.

Menurut Sugiyono (2018:15) berpendapat metoda penelitian survei adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan menanyakan kepada beberapa responden mengenai keyakinan, persepsi, pendapat, karakteristik suatu objek, perilaku dan kualitas dengan melakukan pengisian pada kuesioner. Sebab, kuesioner dapat memberikan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden, yang nanti hasil jawaban tersebut diolah kemudian penyebaran kuesioner dilakukan secara sistem online melalui aplikasi WhatsApp..

3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Menggunakan komputer berupa program linier parsial (Partial Least Square/PLS) untuk menguji hipotesis peneliti dalam pengolahan data. Hipotesis akan dianalisis dengan menggunakan software SmartPLS 3.0 bertujuan menguji hubungan antara variabel yang akan dilakukan di komputer. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dapat menggunakan metoda Partial Least Square (PLS). PLS yaitu pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis covariance menjadi berbasis varian. Tujuan Partial Least Square (PLS) untuk membantu suatu penelitian dengan tujuan prediksi, hal ini dilakukan untuk mengurangi apabila terdapat kesalahan tidak mengalami tingkat yang besar.

3.5.2. Metoda Penyajian Data

Hasil pengolahan data yang sudah diolah dan diperoleh hasilnya, akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar, supaya mudah dibaca dan dipahami, sehingga data yang akan disajikan peneliti lebih dalam bentuk sistematis.

3.5.3. Analisis Statistik Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan PLS (Partial Least Square) dan data diolah dengan menggunakan program Smart PLS 3.0. Menurut Ghozali dan Latan (2015:7) model pengukuran PLS terdiri dari model pengukuran (outer model), kriteria Goodness of fit (GoF) dan model struktural (inner model). PLS bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada pengaruh atau hubungan antar konstruk tersebut.

3.5.4. Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Abdillah, W., (2015:188) *outer model* atau model pengukuran menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Outer model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran. *Outer model* digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Hal ini berguna untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur dan konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrumen penelitian.

Berikut bagian *outer model* antara lain :

1. Validitas konvergen

Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Rule of thumb yang digunakan untuk validitas konvergen adalah outer loading $> 0,7$, communality $> 0,5$ dan Average

Variance Extracted (AVE) > 0,5. Hal ini berarti suatu korelasi yang diuji dengan uji validitas konvergen harus memiliki skor dari AVE dan Communalitas bernilai > 0,5 sampai 0,7, namun loading factor 0,50 – 0,60 masih dapat ditolerir sepanjang model masih dalam tahap pengembangan.

2. Validitas diskriminan

Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruknya. Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Nilai *cross loadings* harus lebih dari 0,7. Sedangkan jika dilihat validitas diskriminan, jika akar kuadrat AVE lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk dalam suatu model, maka validitas diskriminan dinilai baik (Ghozali & Latan, 2015:74). Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015: 195-196) menjelaskan jika tabulasi parameter uji validitas dalam PLS-SEM disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.3. Parameter Uji Validitas Model Pengukuran SmartPLS

Uji validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	<i>Outer Loadings</i>	Lebih dari 0,7 antara 0,4 sampai 0,7 masih dapat diterima
	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	Lebih dari 0,5
	<i>Communalitas</i>	Lebih dari 0,5
Diskriminan	Akar AVE dan korelasi variabel laten	Akar AVE > korelasi variabel laten
	<i>Cross Loadings</i>	Lebih dari 0,7 dalam satu variabel

3. *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE yang diharapkan $> 0,5$ (Ghozali, 2016 : 68).

4. *Composite Reliability*

Nilai *composite reliability* harus $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai $0,6 - 0,7$ masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory* (Ghozali, 2016:69).

5. *Cronbach Alpha*

Apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,7$ dinyatakan konstruk memiliki reliabel yang baik, namun besaran nilai $> 0,6$ masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*. Tujuan menggunakan cronbach alpha agar dapat mengukur kendala indikator dalam kuesioner untuk mendapat hasil lebih cermat (Ghozali, 2016).

3.5.5. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model adalah model struktural yang menggambarkan sebuah hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan dengan substansi teori (Abdillah dan Jogiyanto, 2015:188). Untuk konstruk dependen, nilai koefisien path atau t-value pada model konstruk smartPLS dievaluasi menggunakan R^2 , hal ini dilakukan untuk uji signifikan antara konstruk dalam model struktural. Untuk menilai adanya pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen, apakah memiliki pengaruh yang substantif dapat dilihat pada perubahan *R-square*. Menurut Ghozali (2016:73), berpendapat bahwa menilai model dengan PLS diawali dengan melihat *R-square* pada setiap variabel laten dependen. Bukan hanya untuk melihat *R-square* atau perubahan *R-square*, model PLS ini juga dapat melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif, yaitu dengan melihat seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model PLS serta estimasi parameter. Pada dasarnya uji pada model struktural (*inner model*) adanya dilakukan evaluasi bertujuan untuk menguji hubungan antara konstruk laten.

Yang termasuk dalam indikator uji untuk model struktural (*inner model*), sebagai berikut ini :

1. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi pada konstruk endogen menunjukkan untuk nilai R-square, uji koefisien determinan R² bertujuan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh koefisien determinan yaitu antara 0 dan 1. Apabila nilai mendekati angka 1 maka variabel independent memberi hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, dan apabila nilai semakin kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas. Menurut Ghozali (2016:95) apabila nilai R-square sebesar 0,67 dikategorikan kuat, jika 0,33 dikategorikan moderat atau medium dan 0,19 dikategorikan lemah. Apabila semakin besar nilai R² maka akan semakin baik dalam penelitian.

2. Pengujian Goodness of Fit (GoF)

Digunakan untuk mengevaluasi model dan menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model. Dengan memiliki kriteria nilai GoF sebesar 0,10 kategori GoF kecil, jika 0,25 kategori Gof moderat atau medium, dan 0,36 kategori GoF besar (Ghozali, 2016:81). Pengujian ini merupakan salah satu pengujian untuk menguji hipotesis penelitian. Untuk menganalisisnya menggunakan PLS dengan bantuan software Smartpls 3.0. Jadi salah satu syarat untuk memenuhi kriteria uji Goodness Of Fit Model adalah dengan melihat nilai SRMR. Apabila nilai SRMR nya kurang dari 0,10 serta dikatakan Perfect Fit jika nilai SRMR < 0,08.

3.5.6. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antara dua variabel dengan suatu kasus tertentu serta anggapan sementara yang perlu diuji kebenarannya dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2017:63). Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan melihat dari nilai probabilitas dan t-statistiknya. Dengan kriteria nilai probabilitas, nilai p-value dengan alpha sebesar 5% yaitu kurang dari 0,005. Dan nilai t-tabel untuk alpha

5% yaitu 1,96. Maka kriteria penerimaan hipotesis pada penelitian ini adalah saat t-statistik lebih besar dari t-tabel (Ghozali, 2015:42).

3.5.7. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Ghozali dan Latan (2020:280) apabila suatu model dibentuk dengan menggunakan variabel mediasi, maka suatu model regresi berganda tidak dapat menyelesaikan persoalan tersebut. Teknik analisis yang tepat yaitu analisis jalur. Analisis jalur memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan langsung antar variabel maupun hubungan tidak langsung antar variabel dalam model.