

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode kuantitatif yaitu metode tradisional yang disebut sebagai metode ilmiah scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini digunakan untuk menguji populasi atau sampel tertentu untuk menjawab hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.⁷⁴

Adapun model penelitian yang digunakan adalah UTAUT Model. Model ini digunakan atas dasar sebab-akibat dimana pengembang mengerucutkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi individu terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi. Model ini merupakan gabungan dari beberapa teori terdahulu yang kemudian menjadi model yang lebih berintegritas. Penulis menggunakan teori ini karena ketertarikan penulis dengan tema penelitian yang membahas mengenai *fintech* serta dispesifikasikan kepada fitur shopee *paylater* yang ada dalam aplikasi Shopee.

B. Operasional Variabel

Berdasarkan hubungan antar variabel penelitian, variabel dibedakan ke dalam beberapa jenis, yaitu:

⁷⁴ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hlm. 2.

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.⁷⁵ Adapun variabel independen dalam penelitian ini diantaranya:

a. Effort Expectancy

Effort Expectancy atau Ekspektasi Usaha adalah variabel yang digunakan untuk mengukur tingkat kemudahan individu dalam memahami, mempelajari serta menggunakan *shopee paylater*. Variabel ini dapat dijabarkan melalui pengukuran serta operasional variabelnya sebagaimana berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel *Effort Expectancy* (X1)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Pengukuran
<i>Effort Expectancy</i> (X1)	<i>Perceived Ease of Use</i>	1. <i>Shopee paylater</i> dipercaya dapat dipahami dengan mudah 2. <i>Shopee paylater</i> dipercaya dapat dioperasikan dengan mudah 3. <i>Shopee paylater</i> dipercaya dapat ditemukan dengan mudah	Skala Likert
	<i>Ease to Use</i>	1. <i>Shopee paylater</i> dapat memenuhi kebutuhan individu dengan mudah 2. <i>Shopee paylater</i> mudah digunakan dalam transaksi belanja online	

⁷⁵ *Ibid.*, hlm. 38.

		3. Shopee <i>paylater</i> mudah dipelajari	
	<i>Complexity</i>	1. Shopee <i>paylater</i> memakan waktu yang lama untuk digunakan 2. Shopee <i>paylater</i> sulit untuk dipelajari 3. Shopee <i>paylater</i> tidak layak untuk dipelajari	Skala Likert

b. *Social Influence*

Social Influence atau pengaruh sosial adalah variabel yang digunakan untuk mengukur sejauh mana individu lain dapat mempengaruhi suatu individu untuk menggunakan *shopee paylater*. Variabel ini dapat dijabarkan melalui pengukuran serta operasional variabelnya sebagaimana berikut:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel *Social Influence* (X₂)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Pengukuran
<i>Social Influence</i> (X ₂)	<i>Subjective Norm</i>	1. Penggunaan <i>shopee paylater</i> dipengaruhi oleh dukungan dari orang lain 2. Pendapat orang lain sangat penting untuk memberi pandangan mengenai keharusan penggunaan <i>shopee paylater</i> 3. Promosi media sosial dapat mempengaruhi penggunaan <i>shopee paylater</i>	Skala Likert

	<i>Social Factor</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Individu memutuskan penggunaan shopee <i>paylater</i> karena individu lain menggunakan shopee <i>paylater</i> 2. Individu lain merasa terbantu ketika menggunakan shopee <i>paylater</i> 3. Lingkungan sekitar mendukung individu menggunakan shopee <i>paylater</i> 	Skala Likert
	<i>Image</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee <i>paylater</i> membuat individu terlihat lebih berwibawa dan berkarisma 2. Shopee <i>paylater</i> membuat individu terlihat mempunyai nilai yang lebih tinggi 3. Shopee <i>paylater</i> membuat individu mendapatkan validasi mengenai status sosial 	Skala Likert

c. *Facilitating Condition*

Facilitating Condition atau Kondisi Fasilitas atau Kondisi Pendukung adalah variabel yang digunakan untuk mengukur tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur atau fasilitas yang tersedia dalam shopee *paylater* dapat mendukung individu untuk menggunakan fitur tersebut. Kondisi pendukung dalam hal ini dapat berupa jangkauan, jaringan dan ketersediaan perangkat yang akhirnya membuat inidvidu dapat menggunakan teknologi. Variabel ini dapat dijabarkan melalui pengukuran serta operasional variabelnya sebagaimana berikut:

Tabel 3. 3 Operasional Variabel *Facilitating Condition* (X3)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Pengukuran
<i>Facilitating Condition</i> (X ₃)	<i>Facilitating Condition</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee <i>paylater</i> memiliki panduan atau arahan penggunaan 2. Shopee <i>paylater</i> memiliki ruang layanan untuk individu yang menggunakan 3. Shopee <i>paylater</i> memiliki ciri khas atau daya tarik tersendiri dibandingkan fitur lain 	Skala Likert
	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Individu dapat mengontrol penggunaan shopee <i>paylater</i> 2. Individu dapat memenuhi kebutuhan dengan menggunakan shopee <i>paylater</i> 3. Individu memiliki pengetahuan mengenai penggunaan shopee <i>paylater</i> 4. Individu mengetahui bahwa shopee <i>paylater</i> mengandung unsur riba 5. Individu mengetahui jika terdapat keterlambatan membayar shopee <i>paylater</i> akan dikenakan denda 	Skala Likert

		6. Individu mengetahui bahwa shopee <i>paylater</i> dilarang dalam agama Islam	
	<i>Compatibility</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian shopee <i>paylater</i> sebagai fitur dan teknologi yang dibutuhkan 2. Shopee <i>paylater</i> sesuai dengan regulasi yang ada di Indonesia 3. Shopee <i>paylater</i> dapat memberikan solusi atas masalah yang ada pada individu 	Skala Likert

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen.⁷⁶ Variabel *Use Behavior* dijadikan variabel dependen dalam penelitian ini yang mana ditujukan untuk mengukur tingkat intensitas individu dalam menggunakan shopee *paylater*. Fitur shopee *paylater* akan digunakan apabila individu memiliki minat menggunakan dengan keyakinan bahwa dengan menggunakan shopee *paylater* dapat meningkatkan produktivitas dengan tingkat intensitas tertentu. Variabel ini dapat dijabarkan melalui pengukuran serta operasional variabelnya sebagaimana berikut:

⁷⁶ *Ibid.*, hlm. 38

Tabel 3. 4 Operasional Variabel *Use Behavior* (Y)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Pengukuran
<i>Use Behavior</i> (Y)	Perilaku Penggunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee <i>paylater</i> diprioritaskan untuk metode pembayaran kredit atas pembelian produk di aplikasi Shopee 2. Intensitas pemakaian shopee <i>paylater</i> cukup tinggi 3. Penggunaan shopee <i>paylater</i> menjadi kebiasaan, kebutuhan dan keharusan dalam bertransaksi pada aplikasi Shopee 	Skala Likert
	Ide yang baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan shopee <i>paylater</i> merupakan pilihan yang tepat 2. Shopee <i>paylater</i> sangat menarik untuk digunakan 	
	Perasaan senang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Senang kita menggunakan shopee <i>paylater</i> 2. Shopee <i>paylater</i> dapat menguntungkan pengguna 	

3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.⁷⁷

⁷⁷ *Ibid.*, hlm. 50

Variabel *Behavior Intention* dijadikan variabel intervening dalam penelitian ini yang mana ditujukan untuk mengukur niat individu dalam menggunakan fitur shopee *paylater*. Niat tersebut dapat diukur dengan individu akan menggunakan fitur tersebut di masa yang akan datang. Individu yang berniat untuk menggunakan shopee *paylater* kemungkinan besar akan menggunakan fitur tersebut bahkan dapat mendorong individu dalam mengadopsi fitur tersebut. Variabel ini dapat dijabarkan melalui pengukuran serta operasional variabelnya sebagaimana berikut:

Tabel 3. 5 Operasional Variabel *Behavior Intention* (Z)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Pengukuran
<i>Behavior Intention</i> (Z)	Minat Menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Individu berminat menggunakan shopee <i>paylater</i> dimasa yang akan datang 2. Individu berminat menggunakan shopee <i>paylater</i> ketika membeli produk di Shopee 3. Individu berminat menggunakan shopee <i>paylater</i> secara rutin dalam kehidupan sehari-hari 4. Saya membandingkan shopee <i>paylater</i> dengan <i>paylater</i> yang lain 5. Saya tertarik menggunakan shopee <i>paylater</i> 6. Saya mencari informasi mengenai shopee <i>paylater</i> 	Skala Likert

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.⁷⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna shopee *paylater* yang berdomisili di wilayah Priangan Timur yang mencakup Kab. Garut, Kab. Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kab. Ciamis, Kab. Pangandaran dan Kota Banjar. Makna pengguna dalam penelitian ini adalah responden yang sudah pernah melakukan pembelian produk melalui aplikasi Shopee dengan menggunakan metode pembayaran shopee *paylater* atau Shopee Bayar Nanti. Ukuran populasi pada penelitian ini adalah *infinite population* karena tidak memiliki sumber data yang pasti serta bukan berupa informasi publik sehingga jumlahnya tidak dapat dipastikan secara definitif. Maka agar penelitian ini lebih efisien diperlukan sampel dari populasi yang telah diambil.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling.⁷⁹ Dalam penelitian ini karena populasi tidak dapat diketahui secara pasti maka diperlukan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling*.

⁷⁸ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 1st ed. (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 361, <https://pustakailmu.co.id>.

⁷⁹ *Ibid.*, hlm. 362.

Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Maka sampel dipilih berdasarkan keputusan dari peneliti sendiri.

Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* yang mana teknik penentuan sampel menetapkan ciri-ciri atau kriteria khusus dengan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.⁸⁰ Seperti sampel yang diperlukan pada penelitian ini adalah pengguna shopee *paylater* yang berdomisili di wilayah Priangan Timur yang mencakup Kab. Garut, Kab. Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kab. Ciamis, Kab. Pangandaran dan Kota Banjar.

Untuk mengetahui atau menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka peneliti menggunakan pendekatan rumus yang dikemukakan oleh Ferdinand dalam jurnal Freida dan Augusty⁸¹, yaitu:

- a. Bila pendugaan parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum maka besar sampel yang disarankan adalah 100-200 dengan minimum absolutnya adalah 50.
- b. Sebanyak 5-10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel
($n = (5-10) \times \text{Jumlah Indikator}$)

⁸⁰ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hlm. 85.

⁸¹ Freida Triastuti Rj dan Augusty Tae Ferdinand, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen," t.t., hlm. 4.

Pada penelitian ini terdapat 43 indikator dari keseluruhan variabel. Berdasarkan pada pendekatan rumus Ferdinand mengenai penentuan jumlah sampel maka ukuran sampel minimal adalah 5×43 atau sebesar 215 sampel. Sehingga, pada penelitian ini diperlukan sampel sebanyak 215. Penelitian ini dibagi ke dalam beberapa wilayah Priangan Timur yang mencakup Kab. Garut, Kab. Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kab. Ciamis, Kab. Pangandaran dan Kota Banjar.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket adalah sejumlah lembaran pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden guna memberi informasi tentang apa yang responden alami dan ketahui.⁸²

Penelitian ini menggunakan kuesioner secara online dengan menggunakan *google form* yang akan disebarakan ke beberapa wilayah di Priangan Timur yang mencakup Kab. Garut, Kab. Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kab. Ciamis, Kab. Pangandaran dan Kota Banjar khususnya kepada pengguna *shopee paylater*.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena alam atau sosial yang diamati. Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

⁸² Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, 1st ed. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 75.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur jawaban, persepsi, pandangan serta sikap responden yang dilengkapi dengan pernyataan bertingkat mencakup rentang poin dari sangat setuju (*agree*) sampai dengan tidak setuju (*disagree*) terkait pernyataan peneliti. Poin tersebut dapat berbentuk positif atau negatif yang kemudian akan dijumlahkan sehingga menjadi skor total dari responden.

Tabel 3. 6 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Sub-variabel	Item Pernyataan	No. Item
<i>Effort Expectancy</i> (X ₁)	<i>Perceived Ease of Use</i>	1. Shopee <i>paylater</i> mudah dipahami 2. Shopee <i>paylater</i> mudah dioperasikan 3. Shopee <i>paylater</i> mudah aksesnya	1, 3, 4
	<i>Ease to Use</i>	1. Shopee <i>paylater</i> dapat memenuhi kebutuhan individu 2. Shopee <i>paylater</i> mudah digunakan untuk transaksi dalam belanja online 3. Shopee <i>paylater</i> mudah dipelajari	7, 9, 2
	<i>Complexity</i>	1. Shopee <i>paylater</i> memakan waktu yang lama untuk digunakan 2. Shopee <i>paylater</i> sulit untuk dipelajari 3. Shopee <i>paylater</i> tidak layak untuk dipelajari	6, 5, 8
<i>Social Influence</i> (X ₂)	<i>Subjective Norm</i>	1. Saya menggunakan shopee <i>paylater</i> karena pengaruh orang lain 2. Pendapat orang lain memberikan pandangan pentingnya penggunaan shopee <i>paylater</i> 3. Promosi media sosial mempengaruhi penggunaan shopee <i>paylater</i>	10, 11, 13

	<i>Social Factor</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memutuskan menggunakan shopee <i>paylater</i> karena orang lain menggunakan shopee <i>paylater</i> 2. Saya merasa terbantu ketika menggunakan shopee <i>paylater</i> 3. Lingkungan sekitar mendukung saya menggunakan shopee <i>paylater</i> 	14, 16, 18
	<i>Image</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa keren ketika menggunakan Shopee <i>paylater</i> 2. Menggunakan Shopee <i>paylater</i> membuat saya terlihat mempunyai nilai yang lebih tinggi 3. Saya merasa dengan menggunakan Shopee <i>paylater</i> bisa mendapatkan validasi mengenai status sosial 	15, 17, 18
<i>Facilitating Condition (X₃)</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee <i>paylater</i> memiliki panduan atau arahan penggunaan 2. Shopee <i>paylater</i> memiliki ruang layanan untuk individu yang menggunakan 3. Shopee <i>paylater</i> memiliki ciri khas atau daya tarik tersendiri dibandingkan fitur lain 	19, 22, 20
	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat mengontrol penggunaan shopee <i>paylater</i> 2. Saya dapat memenuhi kebutuhan belanja dengan menggunakan shopee <i>paylater</i> 3. Saya memiliki pengetahuan mengenai penggunaan shopee <i>paylater</i> 4. Saya mengetahui bahwa shopee <i>paylater</i> mengandung unsur riba 5. Saya mengetahui bahwa terdapat denda tambahan jika terjadi keterlambatan pembayaran pada shopee <i>paylater</i> 6. Saya mengetahui bahwa shopee <i>paylater</i> dilarang dalam Islam 	27, 24, 23, 26, 21, 25

	<i>Compatibility</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee <i>paylater</i> sesuai dengan teknologi yang dibutuhkan 2. Shopee <i>paylater</i> sesuai dengan regulasi yang ada di Indonesia 3. Shopee <i>paylater</i> dapat menjadi solusi ketika terjadi kekurangan dana belanja 	30, 28, 29
<i>Use Behavior (Y)</i>	Perilaku Penggunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee <i>paylater</i> memilih shopee <i>paylater</i> atas pembelian produk di aplikasi Shopee 2. Saya rutin menggunakan shopee <i>paylater</i> 3. Penggunaan shopee <i>paylater</i> menjadi kebiasaan untuk bertransaksi pada aplikasi Shopee 	33, 34, 35
	Ide yang baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee <i>paylater</i> merupakan pilihan yang tepat untuk bertransaksi 2. Shopee <i>paylater</i> sangat menarik untuk digunakan 	37, 31
	Perasaan senang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa senang ketika menggunakan shopee <i>paylater</i> 2. Saya merasa Shopee <i>paylater</i> dapat memberikan keuntungan 	36, 32
<i>Behavior Intention (Z)</i>	Minat Menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berencana untuk terus menggunakan shopee <i>paylater</i> dimasa yang akan datang 2. Saya berminat menggunakan shopee <i>paylater</i> ketika membeli produk di aplikasi Shopee 3. Saya berminat menggunakan shopee <i>paylater</i> dalam waktu dekat 4. Saya membandingkan shopee <i>paylater</i> dengan <i>paylater</i> yang lain 5. Saya tertarik menggunakan shopee <i>paylater</i> 6. Saya mencari informasi mengenai shopee <i>paylater</i> 	38, 39 40, 41 42, 43

Tabel 3. 7 Daftar Skor Pertanyaan Positif Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 3. 8 Daftar Skor Pertanyaan Negatif Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	2
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	5

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu:

1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan salah satu teknik analisis statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik dalam bentuk model-model sebab akibat. Analisis SEM menggabungkan analisis regresi, faktor, dan jalur sehingga secara simultan menghitung hubungan yang terjadi antara variabel laten, mengukur nilai *loading* dari indikator-indikator variabel laten, dan menghitung model jalur dari variabel-variabel laten tersebut.

Pada dasarnya, SEM adalah salah satu teknik multivariat yang akan menunjukkan bagaimana cara merepresentasikan suatu seri atau deret hubungan kausal (*causal relationship*) dalam suatu diagram jalur (*path diagram*).⁸³ Teknik analisis data SEM dapat digunakan melalui *software* yang bernama SmartPLS. *Software* SmartPLS merupakan salah satu program yang digunakan untuk menganalisis data.⁸⁴ Karena pada penelitian ini terdapat variabel intervening maka teknik analisis data ini sangat tepat untuk digunakan agar mampu dipecahkan oleh teknik analisis SEM. Kemudian metode yang digunakan adalah *Partial Least Square* atau PLS yang mana didefinisikan sebagai teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda.⁸⁵ Keunggulan dari metode ini adalah mampu memodelkan banyak variabel dependen dan independen, hasil akan tetap kokoh walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang serta dapat digunakan pada sampel yang berjumlah relatif kecil. *Partial Least Square* atau PLS memiliki dua model evaluasi diantaranya model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Berikut turunan model pengujian dari kedua model tersebut⁸⁶:

⁸³ Zakheus Putlely et al., "Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon," *Indonesian Journal of Applied Statistics* 4, no. 1 (30 Mei 2021): hlm. 2, <https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>.

⁸⁴ Rahmad Solling Hamid and Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*, 1st ed. (Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia, 2019), hlm. 37 www.institutpenulis.id.

⁸⁵ *Ibid.*, hlm. 91.

⁸⁶ *Ibid.*, hlm. 67.

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model Pengukuran atau *Outer Model* adalah tahapan pertama dalam mengevaluasi model. Tahapan ini dikenal sebagai uji validitas konstruk. Salah satu korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya merupakan salah satu cara untuk menguji validitas konstruk. Pengujian validitas konstruk dalam PLS-SEM terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1) Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Indikator dari uji validitas konvergen antara lain:

- a) Nilai *Loading Factor*, nilai ini harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara 0.6–0.7 untuk penelitian yang bersifat *explorator*. Standar ini yang menentukan bahwa suatu uji validitas dapat dikatakan valid serta mempunyai tingkat validitas yang tinggi.
- b) Nilai *Average Variance Inflation Factor (AVE)*, nilai ini harus lebih besar dari 0.5.

2) Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar menjadi ukuran yang baik berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi tinggi terhadap konstraknya.

Validitas diskriminan juga berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif diantaranya:

- a) Nilai *Cross Loading*, nilai ini untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.70, standar ini digunakan untuk mengkonfirmasi konstruk berkorelasi lebih tinggi dari konstruk yang ada lainnya.
- b) Nilai *Average Variance Inflation Factor (AVE)*, model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

Jika nilai akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya, maka model tersebut memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

3) Uji Reliabilitas

Dalam PLS-SEM selain pengujian validitas juga dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Berikut indikator untuk menguji uji reliabilitas:

- a) Nilai *Composite Reliability*, nilai ini harus lebih besar dari 0.70. Standar ini dianggap bahwa suatu model memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

- b) *Cronbach's Alpha*, nilai ini dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika memiliki nilai lebih besar dari 0,7.

b. Model Struktural (*Inner Model*)

Tahap kedua dalam evaluasi model adalah evaluasi model struktural (*inner model*). Model ini dilakukan untuk mengetahui hubungan yang terdapat dalam konstruk yang dihipotesiskan. Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*) yaitu:

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan uji yang berfungsi untuk menilai besaran konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai yang diharapkan adalah 0-1. Jika R^2 bernilai 0.75, 0.50, dan 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model tersebut kuat, moderate, dan lemah.

2) *Effect Size* (f^2)

Effect Size (f^2) merupakan uji yang berfungsi untuk mengukur tingkat signifikansi hubungan antar variabel apakah terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terdapat hubungan yang signifikan. Nilai signifikansi yang digunakan yaitu jika nilai $f^2=0,02$ maka diartikan kecil, jika nilai $f^2=0,15$ maka diartikan sedang, jika nilai $f^2=0,35$ maka diartikan besar serta apabila nilai $f^2<0,02$ maka dianggap tidak ada efek atau diabaikan.

3) *Path Coefficient* atau Koefisien Jalur

Path Coefficient atau Koefisien Jalur digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel penyebab terhadap sebuah variabel akibat. Indikator nilai koefisien jalur adalah -1 sampai +1. Jika nilai mendekati +1 diartikan hubungan kedua konstruk semakin kuat. Namun apabila nilai mendekati -1 maka diartikan hubungan tersebut bersifat negatif.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah *crosscheck* antara hasil uji t dengan t-tabel yang kemudian menghasilkan diterima atau tidaknya hipotesis pada setiap jalur hubungannya. Penelitian ini menggunakan variabel z sebagai variabel intervening, maka uji hipotesis terbagi kepada dua bagian yaitu:

a. Hipotesis 1-7

Penilaian hipotesis 1-7 berpatokan pada tabel *Path Coefficient* dengan penjelasan sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima sedangkan H_a ditolak. Hipotesis diterima apabila hasil nilai t-statistik > t-tabel dan signifikan jika $P \text{ value} < 0,05$.
- 2) H_0 diterima sedangkan H_a ditolak. Hipotesis diterima apabila hasil nilai t-statistik < t-tabel dan signifikan jika $P \text{ value} > 0,05$.

b. Hipotesis 8-10

Penilaian hipotesis 8-10 berpatokan pada tabel *specific indirect effect* dengan penjelasan sebagai berikut:

