

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Pada dasarnya, metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu. Dengan demikian, empat kata kunci utama yang perlu diperhatikan adalah metode ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Penelitian yang didasarkan pada prinsip – prinsip rasional, empiris, dan sistematis dikenal dengan metode ilmiah.⁸⁸ Metode penelitian yang digunakan pada kesempatan ini yaitu metode korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif dapat dipahami sebagai metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Pendekatan ini memerlukan pengumpulan dan penggunaan instrumen penelitian serta analisis data kuantitatif dan statistik untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.⁸⁹ Selain itu, model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu UTAUT Model yang dimana model penelitian ini dibangun dengan tujuan dapat menganalisis faktor – faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen.

⁸⁸ Ibid. hlm. 2

⁸⁹ Ibid. hlm. 7

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah nilai atau karakteristik dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁹⁰ Macam – macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain yaitu :

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut dengan variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Menurut bahasa Indonesia variabel ini disebut variabel bebas.

Variabel bebas merupakan variabel yang memberikan pengaruh atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu :

a) *Performance Expectancy*

Performance Expectancy didefinisikan sebagai seberapa besar keyakinan seseorang bahwa penggunaan Tokopedia akan meningkatkan kinerjanya dalam proses pembelian. Pada variabel *Performance Expectancy* ini pengukuran dan operasional variabel dapat dijabarkan sebagai berikut :

⁹⁰ Ibid. hlm. 38

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

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Skala
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	<i>Perceived Usefulness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses transaksi <i>online</i> menjadi lebih cepat. 2. Penggunaan aplikasi memudahkan pengguna dalam bertransaksi 3. Penggunaan aplikasi akan meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi. 	<i>Likert</i>
	<i>Job fit</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghemat waktu yang dibutuhkan. 2. Penggunaan aplikasi dapat mengurangi jumlah waktu yang dibutuhkan. 3. Meningkatkan efektivitas pelaksanaan transaksi <i>online</i>. 	<i>Likert</i>
	<i>Relative Advantage</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan aplikasi memungkinkan pengguna menyelesaikan transaksi lebih cepat. 2. Penggunaan aplikasi membuat transaksi pengguna lebih mudah. 3. Penggunaan aplikasi meningkatkan efektivitas pengguna dalam bertransaksi. 	<i>Likert</i>

b) *Effort Expectancy*

Effort Expectancy merupakan variabel yang digunakan untuk mengukur tingkat kemudahan yang dikaitkan dengan penggunaan teknologi oleh konsumen. Pada variabel *Performance Expectancy* ini pengukuran dan operasional variabel dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Operasional Variabel *Effort Expectancy* (X2)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Skala
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	<i>Complexity</i>	1. Terlalu banyak waktu yang tersita untuk menggunakan aplikasi 2. Penggunaan aplikasi sulit dipahami 3. Penggunaan aplikasi tidak layak dipahami	<i>Likert</i>
	<i>Ease of Use</i>	1. Penggunaan aplikasi mudah dipelajari 2. Penggunaan yang mudah ketika transaksi <i>online</i> 3. Penggunaan aplikasi mudah untuk memenuhi kebutuhan	<i>Likert</i>
	<i>Perceived Ease of Use</i>	1. Penggunaan aplikasi dipercaya dapat digunakan dengan mudah	<i>Likert</i>

		2. Penggunaan aplikasi dipercaya mudah dipahami	
		3. Penggunaan aplikasi dipercaya mudah ditemukan	

c) ***Social Influence***

Social Influence merupakan tingkat kepercayaan dimana pengguna merasa bahwa orang disekitarnya percaya bahwa mereka harus menggunakan Tokopedia untuk menunjang proses penjualan dan pembelian. Pengukuran dan operasional variabel dalam *Social Influence* dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Operasional Variabel *Social Influence* (X3)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Skala
<i>Social Influence</i> (X3)	<i>Subjective Norm</i>	1. Pengaruh dari orang lain di lingkungan sekitar. 2. Pendapat orang lain penting untuk memberi pandangan terhadap penggunaan aplikasi 3. Penggunaan aplikasi dipengaruhi oleh promosi di media sosial	<i>Likert</i>
	<i>Social Factor</i>	1. Saran dari orang lain untuk menggunakan aplikasi	<i>Likert</i>

		<p>2. Terdapat rekomendasi dari pengguna lain untuk menggunakan aplikasi</p> <p>3. Pengguna merasa terbantu ketika menggunakan aplikasi</p>	
	<i>Image</i>	<p>1. Penggunaan aplikasi membuat pengguna terlihat mempunyai nilai yang lebih tinggi</p> <p>2. Pengguna aplikasi memungkinkan pengguna mendapatkan validasi mengenai status sosial</p> <p>3. Pengguna aplikasi dinilai lebih berwibawa.</p>	<i>Likert</i>

d) *Facilitating Conditions*

Facilitating Conditions merupakan tingkat kepercayaan seseorang atas infrastruktur teknologi dan organisasi tersedia untuk mendukung penggunaan aplikasi Tokopedia. Pada variabel ini pengukuran dan operasional variabel dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Operasional Variabel *Facilitating Conditions* (X4)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Skala
<i>Facilitating Conditions</i> (X4)	<i>Facilitating Conditions</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedia fasilitas yang memadai. 2. Terdapat panduan sistem. 3. Tersedianya ruang komunitas. 4. Fitur yang tersedia lengkap. 	<i>Likert</i>
	<i>Compability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian sistem dengan keperluan. 2. Kenyamanan dalam menggunakan aplikasi untuk proses pembelian. 3. Aplikasi sesuai dengan teknologi lain yang digunakan. 4. Fitur yang tersedia sesuai dengan kebutuhan. 	<i>Likert</i>
	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna dapat mengontrol penggunaan aplikasi 2. Penggunaan aplikasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna 3. Pengguna memiliki pengetahuan tentang penggunaan aplikasi 	

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut dengan variabel output, kriteria, dan konsekuen. Menurut bahasa Indonesia variabel ini disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

a) *Use Behavior*

Use Behavior adalah perilaku yang menunjukkan intensitas penggunaan aplikasi Tokopedia. Aplikasi Tokopedia akan digunakan jika seseorang memiliki minat untuk menggunakannya karena mereka percaya bahwa Tokopedia akan mempercepat proses pembelian dalam intensitas tertentu. Pengukuran dan operasional variabel ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3. 5 Operasional Variabel *Use Behavior* (Y)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Skala
<i>Use Behavior</i> (Y)	Perilaku Penggunaan	1. Penggunaan aplikasi menjadi prioritas dalam kegiatan transaksi secara <i>online</i> 2. Intensitas penggunaan aplikasi yang tinggi 3. Penggunaan aplikasi menjadi rutinitas dalam transaksi secara <i>online</i>	<i>Likert</i>

3. Variabel Intervening

Variabel intervening merupakan variabel yang secara teoritis memengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.

a) *Behavioral Intention*

Behavioral Intention merupakan niat penggunaan Tokopedia secara terus menerus dengan asumsi bahwa tetap ada akses terhadap aplikasi tersebut. Niat penggunaan suatu sistem dapat diukur dengan melihat seberapa berniat perilakunya di masa depan, seperti melakukan transaksi berulang kali atau memberikan rekomendasi kepada orang lain. Pengukuran dan operasional variabel ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3. 6 Operasional Variabel *Behavioral Intention* (Z)

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Skala
<i>Behavioral Intention</i> (Z)	Minat Jangka Panjang	1. Penggunaan aplikasi dengan waktu jangka panjang. 2. Penggunaan aplikasi menjadi suatu keharusan dalam kehidupan sehari – hari. 3. Penggunaan aplikasi menjadi pilihan utama ketika bertransaksi secara <i>online</i>	<i>Likert</i>

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, hal terpenting yang harus diperhatikan adalah dengan memilih populasi dan sampel yang benar. Pada penelitian ini populasi yang ditentukan adalah pengguna aplikasi Tokopedia dengan menentukan batasan wilayah Tasikmalaya. Pengguna aplikasi Tokopedia yang dimaksud adalah pengguna yang sudah pernah melakukan transaksi pembelian maupun penjualan di aplikasi Tokopedia. Karena informasi dari populasi penelitian ini tidak diketahui pasti jumlahnya, penelitian ini akan menyasar pada sampel yang diambil dari populasi.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh suatu populasi.⁹¹ Jika populasi berjumlah besar dan tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari semua yang ada didalam populasi karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.⁹² Karena populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti maka teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan metode pengambilan sampel *Purposive Sampling*.

⁹¹ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 1 ed. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020).

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. hlm. 81

Teknik *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap komponen populasi atau individu. Maka keputusan peneliti digunakan untuk memilih sampel secara khusus untuk memenuhi tujuan atau kriteria. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling*, dimana teknik penentuan sampel berdasarkan dengan pertimbangan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mencapai tujuan penelitian.⁹³ Dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena sampel yang ditentukan dalam penelitian ini menggunakan kriteria khusus. Kriteria khusus untuk sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengguna Tokopedia
2. Berdomisili di wilayah Tasikmalaya, baik kota maupun kabupaten
3. Pernah menggunakan aplikasi Tokopedia dalam rentang waktu 1 tahun terakhir.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan Solimun terkait pedoman dalam penentuan besaran ukuran sampel untuk SEM dapat dilihat sebagai berikut :

1. Apabila pendugaan parameter menggunakan metoda *maximum likelihood estimation* (MLE) atau kemungkinan maksimum maka besar sampel yang disarankan yaitu antara 100 hingga 200 sampel, dengan minimum sampel adalah sebesar 50 sampel.

⁹³ Ibid. hlm. 85

2. Sama dengan 5 sampai 10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel.⁹⁴

Dalam penelitian ini terdapat indikator sebanyak 51 item. Merujuk pada poin kedua, maka ukuran sampel minimal yaitu 5×51 atau sebesar 255 sampel. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 255 orang sebagai responden di wilayah Tasikmalaya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Penelitian ini menggunakan teknik kuesioner dengan menyebarkan pertanyaan – pertanyaan secara *online* melalui media *Google Form* yang nantinya disebarkan kepada pengguna Tokopedia yang berada di seluruh wilayah Tasikmalaya, baik kota maupun kabupaten.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk menghitung nilai variabel yang diteliti. Jumlah instrumen yang digunakan juga tergantung tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Untuk mendapatkan data penelitian yang akurat, skala pengukuran harus digunakan. Dalam penelitian ini, skala *likert*

⁹⁴ Solimun, *Multivariate Analysis Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos* (Malang: UM PRESS, 2002).

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomenan sosial. Skala *likert* memiliki point *Agree* dan *Disagree* yang disesuaikan dengan status pertanyaan yang menunjukkan skor positif atau negatif. Poin – poin ini kemudian dijumlahkan untuk menghasilkan skol total dari responden.

Tabel 3. 7 Kisi – kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item	No. Item
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses transaksi <i>online</i> menjadi lebih cepat. 2. Penggunaan aplikasi memudahkan pengguna dalam bertransaksi 3. Penggunaan aplikasi akan meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi. 	1, 2, 3
	<i>Job fit</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghemat waktu yang dibutuhkan. 2. Penggunaan aplikasi dapat mengurangi jumlah waktu yang dibutuhkan. 3. Meningkatkan efektivitas pelaksanaan transaksi <i>online</i>. 	4, 5, 6
	<i>Relative Advantage</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan aplikasi memungkinkan pengguna menyelesaikan transaksi lebih cepat. 	7, 8, 9

		<p>2. Penggunaan aplikasi membuat transaksi pengguna lebih mudah.</p> <p>3. Penggunaan aplikasi meningkatkan efektivitas pengguna dalam bertransaksi.</p>	
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	<i>Complexity</i>	<p>1. Terlalu banyak waktu yang tersita untuk menggunakan aplikasi.</p> <p>2. Penggunaan aplikasi sulit dipahami.</p> <p>3. Penggunaan aplikasi tidak layak dipahami.</p>	10, 11, 12
	<i>Ease of Use</i>	<p>1. Penggunaan aplikasi mudah dipelajari.</p> <p>2. Penggunaan yang mudah ketika transaksi <i>online</i>.</p> <p>3. Penggunaan aplikasi mudah untuk memenuhi kebutuhan dengan cepat.</p>	13, 14, 15
	<i>Perceived Ease of Use</i>	<p>1. Penggunaan aplikasi dipercaya dapat digunakan dengan mudah.</p> <p>2. Penggunaan aplikasi dipercaya mudah dipahami.</p> <p>3. Penggunaan aplikasi dipercaya mudah ditemukan.</p>	16, 17, 18
<i>Social Influence (X3)</i>	<i>Subjective Norm</i>	<p>1. Dukungan dari orang lain memengaruhi penggunaan aplikasi</p>	19, 20, 21

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Pendapat orang lain penting untuk memberi pandangan terhadap penggunaan aplikasi 3. Penggunaan aplikasi dipengaruhi oleh promosi di media sosial 	
	<i>Social Factor</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saran dari orang lain untuk menggunakan aplikasi. 2. Terdapat rekomendasi dari pengguna lain untuk menggunakan aplikasi Tokopedia. 3. Pengguna merasa terbantu ketika menggunakan aplikasi. 	22, 23, 24
	<i>Image</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan aplikasi membuat pengguna terlihat mempunyai nilai yang lebih tinggi 2. Pengguna aplikasi memungkinkan pengguna mendapatkan validasi mengenai status sosial. 3. Pengguna aplikasi dinilai memiliki nilai berwibawa. 	25, 26, 27
<i>Facilitating Conditions (X4)</i>	<i>Facilitating Conditions</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedia fasilitas yang memadai. 2. Terdapat panduan sistem. 3. Tersedianya ruang komunitas atau layanan publik untuk pengguna. 	28, 29, 30, 31

		4. Fitur yang tersedia lengkap.	
	<i>Compability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian aplikasi dengan kebutuhan 2. Kenyamanan dalam menggunakan aplikasi untuk proses pembelian 3. Aplikasi sesuai dengan teknologi lain yang digunakan 4. Fitur yang tersedia tidak sesuai dengan kebutuhan 	32, 33, 34, 35
	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna dapat mengontrol penggunaan aplikasi 2. Penggunaan aplikasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna 3. Pengguna memiliki pengetahuan tentang penggunaan aplikasi 	36, 37, 38
<i>Use Behavior (Y)</i>	Perilaku Pengguna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan aplikasi menjadi prioritas dalam kegiatan transaksi secara <i>online</i> 2. Intensitas penggunaan aplikasi yang tinggi 3. Penggunaan aplikasi menjadi keharusan dalam transaksi secara <i>online</i>. 	39, 40, 41
	Ide yang baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan aplikasi menjadi pilihan yang tepat dalam bertransaksi 	42, 43

		2. Aplikasi sangat menarik untuk digunakan	
	Perasaan Senang	1. Pengguna merasa Senang ketika menggunakan aplikasi 2. Aplikasi dapat memberi keuntungan kepada pengguna	44, 45
<i>Behavioral Intention (Z)</i>	Minat Jangka Panjang	1. Penggunaan aplikasi berminat menggunakan aplikasi di masa yang akan datang 2. Pengguna aplikasi berminat menggunakan aplikasi ketika bertransaksi secara <i>online</i> 3. Pengguna aplikasi berminat menggunakan aplikasi secara rutin dalam kehidupan sehari-hari 4. Pengguna membandingkan aplikasi dengan aplikasi yang lain 5. Pengguna tertarik menggunakan aplikasi 6. Pengguna mencari informasi mengenai aplikasi	46, 47, 48, 49, 50, 51

Tabel 3. 8 Daftar Skor Pertanyaan Positif Skala *Likert*

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

Tabel 3. 9 Daftar Skor Pertanyaan Negatif Skala *Likert*

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

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

Metode pengolahan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Metode statistik yang dikenal sebagai *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi antara variabel dalam sistem yang lebih kompleks, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung.⁹⁵

a. PLS (*Partial Least Square*)

PLS (*Partial Least Square*) adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk memastikan ada atau tidaknya hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lainnya. Selain itu, karena tidak didasarkan atas banyak asumsi atau syarat seperti uji normalitas dan multikolinearitas, PLS (*Partial Least Square*)

⁹⁵ Syahrir dkk., *Aplikasi Metode SEM-PLS : Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan* (Jakarta: Papas Sinar Sinanti, 2020).

merupakan teknik analisis yang efektif. Keunggulan metode ini yaitu data tidak perlu didistribusikan secara normal multivariate. Bahkan indikator dengan skala kategori, ordinal, interval, atau rasio dapat digunakan. Selain itu juga ukuran sampel yang digunakan tidak harus besar.⁹⁶

Dalam PLS (*Partial Least Square*) memiliki dua model evaluasi yaitu Model Pengukuran (*Outer Model*) dan Model Struktural (*Inner Model*)

1) **Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Evaluasi Model Pengukuran juga disebut sebagai *Outer Model*, adalah pengujian hubungan antara variabel konstruk atau indikator dengan variabel latennya. Dalam evaluasi ini, pengukuran digunakan dari metode uji validitas dan reabilitas.⁹⁷

a) Uji Validitas Konvergen

Salah satu tujuan dari uji adalah untuk mengkonfirmasi apakah struktur penelitian berkorelasi atau tidak dengan prinsip bahwa struktur biasanya memiliki tingkat korelasi yang tinggi. Validitas konvergen sebuah konstruk dengan indikator nya sebagai berikut:

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ Ibid.

1. Nilai *Average Variance Extracted* atau AVE harus lebih nesar dari 0,5.
2. Nilai *Loading Factor* harus lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory*, dan antara 0,6 untuk penelitian yang bersifat *expolatory*. Maka nilai standar ini menentukan bahwa suatu uji validitas dinilai memiliki validitas tinggi atau valid.

b) Uji Validitas Diskriminan

Validitas Diskriminan berkaitan dengan prinsip bahwa pengukur konstruk yang berbeda tidak seharusnya memiliki korelasi tinggi. Uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan nilai *cross loading* dan nilai validitas diskriminan dalam SmartPLS yang digunakan dalam penelitian ini

- a. *Cross Loading* dinilai untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk memiliki korelasi yang lebih besar daripada konstruk lain.
- b. Membandingkan akar kuadrat *Average Variance Extracted* atau AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi dengan konstruk lain dalam model

merupakan cara lain untuk mengevaluasi validitas diskriminan.

c) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur konstruk itu konsisten, akurat, dan tepat. Pengukuran uji reabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability*. Jika *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* lebih dari 0,7 maka konstruk tersebut dianggap memiliki tingkat reabilitas yang baik.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural atau *Inner Model* adalah tahap kedua dari evaluasi model. Perbandingan antara variabel independen dengan variabel dependen dihitung dengan menggunakan nilai *R-Square*.⁹⁸ Terdapat beberapa kriteria penilaian dalam model struktural yaitu sebagai berikut :

- a) Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai R^2 dikatakan kuat jika nilai R^2 sebesar 0,75, model moderat sebesar 0,50, dan model lemah sebesar 0,25.

⁹⁸ Ibid.

- b) *Effect Size* (f^2) digunakan untuk menilai apakah terdapat hubungan yang signifikan antar variabel atau tidak. Nilai f^2 dikatakan kecil jika $f^2 = 0,02$, dinilai sedang jika $f^2 = 0,15$, dinilai besar jika $f^2 = 0,35$, serta jika nilai $f^2 < 0,02$ berarti dapat diabaikan atau dianggap tidak terdapat hubungan.
- c) *Path Coefficients* atau Koefisien Jalur merupakan uji yang digunakan untuk mengevaluasi signifikansi, kekuatan korelasi, dan uji hipotesis. Hasilnya ditunjukkan dengan indikator yang berkisar dari -1 hingga +1. Menurut interpretasi ini, hubungan konstruk semakin kuat jika nilainya mendekati +1, dan jika nilai mendekati -1 maka konstruk melemah.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisa data. Uji ini menentukan hasil dari nilai t-statistik apakah hipotesis diterima pada setiap jalur hubungannya atau tidak.⁹⁹ Dalam penelitian ini terdapat variabel Z yang digunakan sebagai variabel intervening, sehingga uji hipotesis dibagi menjadi dua penilaian yaitu :

⁹⁹ Ibid.

a) Hipotesis 1 – 9

Untuk melihat hipotesis 1 sampai 9 diterima atau tidak berpatokan pada tabel *path coefficient*, dapat dilihat melalui kriteria sebagai berikut :

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-tabel maka hipotesis ditolak dan tidak signifikan jika $P\ value > 0,05$.
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika nilai s-statistik lebih besar dari nilai t-tabel maka hipotesis diterima dan signifikan jika $P\ value < 0,05$.

b) Hipotesis 10 – 13

Untuk melihat hipotesis 10 sampai 13 diterima atau tidak, dapat dilihat melalui kriteria sebagai berikut :

- 1) H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika nilai s-statistik lebih besar dari nilai t-tabel maka hipotesis diterima dan signifikan jika $P\ value < 0,05$.
- 2) H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-tabel maka hipotesis ditolak dan tidak signifikan jika $P\ value > 0,05$.

G. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada pengguna aplikasi Tokopedia di seluruh wilayah Tasikmalaya.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun akademik 2023/2024 yaitu dimulai dari minggu pertama bulan September sampai dengan alokasi waktu sebagai berikut :

