

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini mendeskripsikan mengenai langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan, yang harus dilakukan untuk menganalisis sebuah permasalahan yang sebelumnya telah di jabarkan. Sistematisan penelitian akan dibahas pada bab ini mencakup variable penelitian, populasi dan sampel, metoda penelitian, instrumen penelitian, teknik analisa data, tempat dan jadwal penelitian.

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam sebuah penelitian, terdapat sampel atau responden yang akan di jadikan objek teliti oleh penulis sebagai tolak ukur pengaruh dari variabel - variabel yang hendak di teliti. Adapun objek pada penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

##### **3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Yomart merupakan perusahaan ritel modern yang bergerak dibidang minimarket. Dengan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, kami berkomitmen menjadi perusahaan terbaik tidak hanya skala lokal dan nasional tetapi juga skala global. Yomart merupakan bagian dari sebuah kelompok usaha ritel skala nasional yang berpusat di Bandung dan telah berpengalaman mengelola usaha ritel sejak tahun 1982. Cabang pertama Yomart adalah Yomart Ciwastra, Bandung, yang mulai beroperasi pada tanggal 23 Agustus 2003.

Sebelumnya Yomart Minimarket dikelola oleh PT. Yomart Rukun Selalu namun kini Yomart Minimarket dikelola oleh PT. Griya Pratama yang

beralamatkan di jalan Soekarno Hatta No.236 Bandung, dengan kantor yang bernama Griya Center, Gedung yang sebelumnya digunakan oleh PT. Akur Pratama yang tak lain adalah pusat dari Yogya / Griya. Setelah PT. Akur Pratama memiliki gedung baru di jalan Buah Batu maka gedung ini pun di gunakan oleh Yomart yang masih anak cabang dari PT. Akur Pratama tersebut atau lebih dikenal dengan istilah Yogya Group yakni terdiri dari : Yogya, Griya, dan Yomart sebelumnya ada juga Griyamart namun kini telah di gabung antara Yomart dan Griyamart hanya bernama Yomart saja.

### **3.1.2 Kegiatan Usaha**

Kegiatan Usaha Yomart merupakan perusahaan ritel yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari. Tetapi saat ini Yomart juga menyediakan food truck *Food and Beverage* di setiap gerai, bukan hanya itu, Yomart juga menyediakan tempat hiburan untuk anak-anak sehingga lebih menarik dan membuat pelanggan nyaman berbelanja maupun bermain.

### **3.2 Metode Penelitian**

Berdasarkan jenisnya, penelitian yang dilakukan termasuk kedalam penelitian kuantitatif deskriptif (*descriptive quantitative research*) dan inferensial. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Sugiyono 2013:7), penelitian kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan falsafah positivisme, metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu kongkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Sedangkan sifat penelitian ini menguraikan dan menjelaskan (*descriptive explanatory*) yang

berkaitan dengan kedudukan satu variabel serta hubungannya dengan variabel yang lain.

### 3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel Mediasi.

#### 1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *dependent variable* (terikat). Variabel bebas sering disebut juga *stimulus*, *input*, *predictor* atau *antecedent*. Terdapat dua variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2).

#### 2) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel tidak bebas atau terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat sering disebut juga sebagai variabel *criteria*, *respond*, *output* dan *consequence*. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Z).

#### 3) Variabel Mediasi (*Intervening Variable*)

Variabel mediasi (*intervening variable*) adalah variabel penyalur antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.	1) <i>Tangible</i> (bukti langsung),	Penampilan pelayanan rapih dan sopan Kelengkapan fasilitas	Ordinal
		2) <i>Reability</i> (keandalan)	Kemampuan karyawan Kemudahan pemesanan	
		3) <i>Responsiveness</i> (daya tangkap),	Kecepatan merespon konsumen Kominikatif dalam pelayanan	
		4) <i>Assurance</i> (jaminan)	Pengetahuan karyawan Keamanan tempat	
		5) Empati	Kepedulian karyawan Perhatian karyawan	
Harga ( $X_2$ )	Harga adalah penilaian konsumen dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk di akal dapat diterima.	1) Keterjangkauan	Keterjangkauan harga barang yang ada	Ordinal
		2) Daya saing	Perbandingan harga dengan toko lain	
		3) Kesesuaian dengan manfaat	Harga mempunyai kesesuaian dengan manfaat dari barang tersebut	
		4) Kesesuaian dengan kualitas	Harga mempunyai kesesuaian dengan kualitas barang tersebut	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Loyalitas Pelanggan (Y)	Sikap positif pelanggan terhadap Yomart, mempunyai komitmen untuk terus menerus berbelanja di waktu yang akan datang	1) Komitmen untuk terus berbelanja 2) Kesiediaan rekomendasi	Berkunjung dan berbelanja Ketahanan untuk tidak pindah ke toko lain lain Merekomendasikan kepada orang	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka	1) Kesesuaian harapan 2) Minat berkunjung kembali 3) Kesiediaan merekomendasi	Produk yang sesuai selera konsumen Fasilitas Penampilan kinerja karyawan Berminat untuk berkunjung kembali karena produk, fasilitas dan pelayanan memuaskan Merekomendasikan kepada orang lain karena produk, fasilitas dan pelayanan yang memuaskan	Ordinal

### 3.2.2 Populasi dan Sampel

#### 3.2.2.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan dari individu yang memiliki karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti. Sedangkan menurut (Radjab dan Dani Jam'an 2017:99), populasi merupakan keseluruhan objek yang akan atau ingin diteliti, anggota populasi dapat berupa benda mati ataupun hidup, yang mana sifat-sifat padanya dapat diamati. Populasi terbagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu populasi terbatas atau *definite* dan populasi tak terbatas atau *indifinite*. Populasi

terbatas merupakan suatu objek penelitian yang dapat dihitung, sedangkan populasi tak terbatas merupakan objek penelitian yang mempunyai jumlah populasi yang tidak terbatas. Populasi dalam penelitian ini adalah Member Yomart Tasikmalaya yang berjumlah 537 orang.

### 3.2.2.2 Ukuran Sampel

Sedangkan sampel menurut (Haryono 2012:106), merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui dengan cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Dalam menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus statistik sehingga sampel yang digunakan dapat dengan benar mewakili jumlah populasi tersebut. Sampel yang diambil benar-benar memenuhi persyaratan tingkat kepercayaan yang dapat diterima dan kadar kesalahan yang mungkin dapat ditoleransi

Digunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2013) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times (e)^2)} = \frac{537}{1 + (537 \times 0,05^2)} = 229,48 = 230$$

Dimana :

N = Jumlah Populasi

n = ukuran sampel

e = *standard error* (5%).

Maka ukuran sampel minimal yang dibutuhkan sebanyak 230 responden. Sampel yang digunakan diambil dengan teknik *Simple Random Sampling* yaitu bentuk sampling probabilitas dimana pengambilan anggota sampel dari populasi

dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2017).

### **3.2.3 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer menurut (Radjab dan Dani Jam'an 2017:110), data primer merupakan data yang mana untuk mendapatkan data tersebut peneliti langsung melakukan observasi terhadap objek penelitiannya. Sedangkan data sekunder menurut (Radjab dan Dani Jam'an 2017:111), merupakan data yang mana dalam pengumpulan datanya peneliti mengambil dari data yang telah ada atau data sumber lain. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari pelanggan Yomart Tasikmalaya, yang mana data primer digunakan untuk menyimpulkan hasil penelitian. Sedangkan data sekunder bersumber dari Laporan Kinerja Instansi Pemerintah, yang mana data sekunder digunakan untuk menampilkan gambaran umum kinerja pegawai kecamatan 1 tahun kebelakangan.

### **3.2.4 Teknik Pengumpulan Data**

Terdapat dua hal yang dapat mempengaruhi kualitas data dari hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berhubungan dengan validitas dan reliabilitas.

Instrumen dan kualitas pengumpulan data berhubungan dengan ketepatan cara- cara yang digunakan dalam mengumpulkan data. Maka dari itu instrumen yang diuji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu akan dapat menghasilkan data *valid* dan *reliable*, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam

pengumpulan datanya. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari kuesioner. Dalam hal ini penulis menyebar kuisisioner berupa pertanyaan kepada responden atau pelanggan Yomart di 6 cabang Tasikmalaya untuk mengetahui pendapat atau tanggapan mereka. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan jawaban tertutup dan responden hanya dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapatnya terhadap permasalahan yang diteliti. Adapun kategori jawaban kuesioner terdiri dari dua bagian yaitu positif dan negatif.

**Tabel 3. 2**  
**Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing – masing**

<b>Predikat</b>	<b>Pernyataan <i>Favorable</i></b>	<b>Pernyataan <i>Unfavorable</i></b>
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber: Sugiyono, 2013

a) Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab dengan cara bertatap muka antara penulis dan pihak pelanggan dealer yang bersangkutan mengenai objek penelitian;

b) Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang mempelajari membaca dan mengumpulkan dokumen, arsip perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang berkenaan dengan hal-hal yang menyangkut penelitian. Data sekunder didapatkan penulis melalui *website*, jurnal, dan buku yang mendukung dalam penelitian ini.

### 3.2.5 Teknik Analisis Data

Pada bagian ini mendeskripsikan cara dalam menganalisis data yang sebelumnya telah dikumpulkan oleh peneliti, sehingga dapat data tersebut dapat dibahas dan diambil kesimpulannya.

#### 3.2.5.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini akan menggunakan alat analisis deskriptif dengan *Method of Successive Interval*, metode ini digunakan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval, dengan rentang skala. Menurut (Sugiyono 2013:97), *rating scale* digunakan untuk mengubah data kuantitatif yang berupa angka, kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Pada penelitian ini rentang skala yang digunakan adalah sebagai berikut:.

$$\text{Rentang skala} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{skala}}$$

Dimana nilai tertinggi didapat dengan persamaan berikut.

$$\text{Nilai tertinggi} = \text{Skor tertinggi} \times \text{Item pertanyaan} \times \text{Jumlah sampel}$$

Dimana nilai terendah didapat dengan persamaan berikut.

$$\text{Nilai terendah} = \text{Skor terendah} \times \text{Item pertanyaan} \times \text{Jumlah sampel}$$

### 3.2.5.2 *Structural Equation Modeling (SEM)*

Perkembangan kajian empiris dalam bidang penelitian bisnis sering kali dihadapkan dengan model penelitian yang kompleks. Dalam paradigma kuantitatif (positivism), pengujian hipotesis merupakan tahapan penting untuk mengonfirmasi atau mengembangkan teori, menjawab masalah penelitian, dan memberi solusi pada subyek penelitian (Hamid dan Anwar 2019:1). Salah satu metode yang bisa digunakan dalam menganalisis model persamaan jalur adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Menurut Chin dalam Ghozali & Latan (2015) dalam (Hamid dan Anwar 2019:1), SEM memiliki keunggulan dalam melakukan analisis jalur (*path analytic*) dengan variabel laten.

Menurut Jogiyanto (2011: 52) dalam (Hamid dan Anwar 2019:4) secara garis besar ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam menggunakan SEM, yaitu:

- 1) Spesifikasi Model, Membangun model yang sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian dengan landasan teori yang kuat;
- 2) Estimasi Parameter Bebas, Komparasi matriks kovarian yang merepresentasi hubungan antarvariabel dan mengestimasi ke dalam model yang sesuai. Parameter untuk mengukur kesesuaian model adalah *maximum likelihood*, *weighted least squares*, atau *asymptotically*;
- 3) *Assessment of Fit*, Eksekusi estimasi kesesuaian model dengan menggunakan parameter antara lain: *Chi Square*, *Root Mean Square Error of Aproximation (RMSEA)*, *Standardized Root Mean Residual (SRMR)*, dan *Comparative Fit Index (CFI)*. *Chi Square* adalah ukuran dasar kesesuaian model. *Chi Square*

secara konseptual merupakan fungsi dari ukuran sampel dan perbedaan antara matriks kovarian yang diobservasi dengan matriks kovarian model.

#### **3.2.5.2.1 Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM)**

Menurut (Jogiyanto 2011:57) PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (*missing value*) dan multikolinieritas. PLS terkadang disebut juga *soft modeling* karena merelaksasi asumsi-asumsi regresi OLS yang ketat, seperti tidak adanya multikolinieritas antarvariabel independen.

Pada penggunaannya metode analisis memiliki kelebihan dan kekurangan, termasuk juga Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM). Keunggulan-keunggulan dari PLS, menurut (Jogiyanto 2011:58) adalah sebagai berikut:

- 1) Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kelompok);
- 2) Mampu mengelola masalah multikolinieritas antarvariabel independen;
- 3) Hasil tetap kokoh (*robust*), walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang (*missing value*);
- 4) Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis *cross-product* yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi;
- 5) Dapat digunakan pada konstruk reflektif dan formatif;
- 6) Dapat digunakan pada sampel kecil;
- 7) Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal;

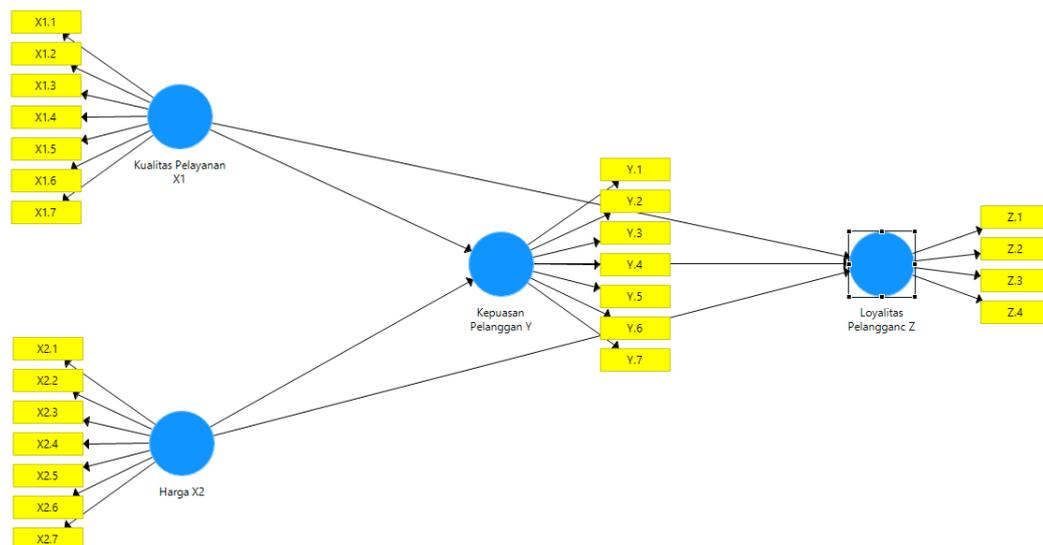
- 8) Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu nominal, ordinal, dan kontinu.

Disamping kelebihan penggunaan SEM-PLS mempunyai kelemahan.

Adapun kelemahan-kelemahan PLS adalah sebagai berikut:

- 1) Sulit menginterpretasi loading variabel laten independen jika berdasarkan pada hubungan *crossproduct* yang tidak ada (seperti pada teknik analisis faktor berdasarkan korelasi antarmanifes variabel independen).
- 2) Properti distribusi estimasi yang tidak diketahui menyebabkan tidak diperolehnya nilai signifikansi kecuali melakukan proses *bootstrap*.
- 3) Terbatas pada pengujian model estimasi statistika.

Berikut ini merupakan model penelitian, dapat di lihat pada Gambar 3.1., sebagai berikut.



**Gambar 3. 1**  
**Model Penelitian**

### 3.2.5.2.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut (Hamid dan Anwar 2019:41), tahap pertama dalam evaluasi model, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*). Dalam PLS-SEM tahapan ini dikenal dengan uji validitas konstruk. Pengujian validitas konstruk dalam PLS-SEM terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Dalam PLS-SEM selain pengujian validitas juga dilakukan pengujian reliabilitas. Terdapat beberapa tahapan dalam uji outer model, yaitu:

#### 1) Uji Validitas Konstruk

##### a) Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Jogiyanto 2011:70). Uji validitas indikator reflektif dengan program Smart-PLS dapat di lihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Menurut (Imam dan Latan 2015:74) *Rule of Thumb* untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara 0.6–0.7 untuk penelitian yang bersifat *exploratory*, serta nilai *average variance inflation factor* (AVE) harus lebih besar dari 0.5;

##### b) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Menurut (Imam dan Latan 2015:70) cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif adalah dengan melihat nilai *cross loading*. Nilai

ini untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.70. Menurut Chin, Gopal, & Salinsbury dalam (Jogiyanto 2011:71), model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

## 2) 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 (Imam dan Latan 2015:75). Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Rule of Thumb* untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0.70. Namun demikian, penggunaan *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberi nilai yang lebih rendah (*under estimate*) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability* (Imam dan Latan 2015:75).

### 3.2.5.2.3 Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model merupakan model struktural, berdasarkan nilai koefisien jalur, melihat seberapa besar pengaruh antar variabel laten dengan perhitungan *bootstrapping*. Evaluasinya dilakukan dengan melihat kriteria nilai *R-Square* dan nilai signifikansi (Hamid dan Anwar 2019:42). Terdapat beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*) yaitu:

- 1) *R-Square* ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur proporsi variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil *R-square* 0.69, 0,33 dan 0.19 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, *moderate*, dan lemah;
- 2) *F-Square* ( $F^2$ ) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (*eksogen*) terhadap variabel yang dipengaruhi (*endogen*). Nilai *F-Square* 0.02, 0.15, dan 0.35 masing-masing mengindikasikan bahwa model kecil/buruk, sedang dan besar/baik;
- 3) *Q-Square* ( $Q^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-Square*  $> 0$  (nol) memiliki nilai relevansi prediksi yang baik, sedangkan nilai *Q-Square*  $< 0$  (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediksi yang baik. Rumus untuk mencari nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut :

$$Q_2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)$$

- 4) *Collinearity Statistic, Variance Inflation* (VIF) Pengujian kolinearitas adalah untuk membuktikan korelasi antar konstruk apakah kuat atau tidak. Jika terdapat korelasi yang kuat berarti model mengandung masalah. Masalah ini disebut dengan kolinearitas (*colinearity*). Nilai yang digunakan untuk menganalisisnya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria nilai VIF adalah jika nilai VIF  $> 5,00$  artinya ada masalah kolinearitas, sedangkan jika nilai VIF  $< 5,00$ , artinya signifikan;
- 5) Evaluasi *Godness Of Fit*, Semakin besar nilai GoF maka penggambaran model semakin sesuai. Kategori nilai GoF menjadi tiga, yaitu 0,1 (lemah), 0,25

(*moderat*), dan 0,36 (besar). Nilai GoF menunjukkan model pengukuran (*outer model*) dengan model struktural (*inner model*) sudah layak atau valid.

$$Gof = \sqrt{\text{Com} \times \text{Rsquare}}$$

dimana  $\square\square_m$  merupakan rata-rata nilai *communality* dan *R-Square*

merupakan nilai rata-rata  $R^2$  dalam model.

Evaluasi model pengukuran dan kriteria dapat di lihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**  
**Evaluasi Model Stuktural**

<b>Kriteria</b>	<b>Rule Of Thumb</b>
R Square ( $R^2$ )	0.69, 0.33 dan 0.19 menunjukkan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Ghozali 2015:85)
<i>Effect Size</i> ( $F^2$ ) (Mengukur tinggi rendahnya pengaruh variabel eksogen terhadap endogen)	0.02, 0.15 dan 0.35 (kecil, menengah dan besar)
<i>Q Square</i> ( $Q^2$ ) ( <i>predictive relevance</i> ): Seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan	1) $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model memiliki <i>predictive relevance</i> ; dan bila 2) $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
<i>Variance Inflation</i> ( <i>VIF</i> )	1) Nilai $VIF > 5,00$ artinya ada masalah kolinearitas, 2) Nilai $VIF < 5,00$ , artinya signifikan.
<i>Godness Of Fit</i> ( <i>GoF</i> )	0,1 (lemah), 0,25 ( <i>moderat</i> ), dan 0,36 (besar)

#### 3.2.5.2.4 Pengujian Hipotesis

- 1) Pengujian hipotesis menggunakan analisis bootstrapping *full model stuctural equation modelling* dengan smart PLS. Dalam *full model* ini, selain mengkonfirmasi teori juga menunjukkan ada atau tidaknya hubungan antara

variabel laten, dalam pengujian hipotesis dapat di lihat nilai probabilitas ( *P-Value*) <0,05. Selanjutnya dapat di lihat pengaruh tingkat signifikan antara variabel dengan melihat nilai  $t_{\text{statistik}}$  dan membandingkannya dengan  $t_{\text{tabel}}$ , dalam peneltiian ini digunakan alpha 5% dengan  $df=226$ , maka nilai  $t_{\text{tabel}}$ nya adalah 1,65. Jika nilai  $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$  (1,65) maka pengaruhnya adalah signifikan;

- 2) *Indirect Effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (*eksogen*) terhadap variabel yang dipengaruhi (*endogen*) yang diantarai/dimediasi oleh suatu variabel intervening (variabel *mediator*) di lihat dari nilai *P-Values*. Terdapat kriteria dalam analisis *Indirect Effect* yaitu: Jika nilai *P-Values* < 0,05, maka signifikan (pengaruhnya adalah tidak langsung), artinya variabel intervening “berperan” dalam memediasi hubungan suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen. Jika nilai *P-Values* > 0,05, maka tidak signifikan (pengaruhnya adalah langsung), artinya variabel intervening “tidak berperan” dalam memediasi hubungan suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen.