

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran yang akan dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. objek penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:55).

Guna penyelesaian penelitian ini terutama untuk memperoleh data-data yang diperlukan, maka objek didalam penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif Universitas Siliwangi. Penelitian ini dilaksanakan dengan mengambil data melalui kuesioner secara online menggunakan *Google Form*.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian secara umum bisa diartikan sebagai cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan yang sudah ditetapkan, didalam Penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Sugiyono (2012:8) mengemukakan bahwa deskriptif verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif merupakan metode untuk menentukan hubungan antar variabel dalam sebuah populasi. Menurut Sugiyono (2019:17) metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data

menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis *Partial Least Square* (PLS) melalui analisis multivariat *Structural Equation Model* (SEM) dengan proses pengolahan data menggunakan program Smart PLS versi 3 *windows 10 64bit*.

3.2.1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kuantitatif dengan data yang digunakan didalam penelitian ini adalah data primer, Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang bersangkutan bukan melalui perantara atau orang ketiga. Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif Universitas Siliwangi melalui aplikasi *Google Form*.

3.2.2. Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:55). Penulis menggunakan tiga variabel yaitu :

1. Variabel Independen

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah *influencer marketing*, *self motivation*, dan *investment knowledge* mahasiswa Universitas Siliwangi.

2. Variabel Intervening

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah minat berinvestasi saham mahasiswa Universitas Siliwangi.

3. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan investasi saham mahasiswa Universitas Siliwangi.

Berikut merupakan penjelasan variabel yang digunakan didalam penelitian ini yang disusun dalam tabel 3.1.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	<i>Influencer Marketing</i> (X ₁)	Influencer marketing merupakan suatu strategi pemasaran atau biasa disebut promosi menggunakan influencer didalam sosial media kepada pengikutnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekomendasi / <i>recommendation</i>. 2. Memiliki ketertarikan terhadap promosi yang dilakukan oleh influencer. 3. Kepercayaan / <i>trustworthiness</i>. 4. Keinginan berinvestasi. 	Ordinal
2	<i>Self Motivation</i> (X ₂)	<i>Self motivation</i> atau motivasi diri merupakan suatu keadaan dalam pribadi diri seseorang yang mendorong keinginan untuk melakukan suatu kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muncul motivasi dari external terhadap motivasi dalam diri. 2. Keinginan untuk berkembang / <i>Self Development</i>. 3. Keinginan untuk memiliki status finansial yang baik dimasa mendatang. 	Ordinal

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
3	<i>Investment Knowledge</i> (X ₃)	<i>Investment Knowledge</i> atau pengetahuan investasi merupakan ilmu atau pemahaman mengenai hal-hal investasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah Memiliki keahlian dasar didalam berinvestasi saham. 2. Keinginan mempelajari lebih jauh mengenai dunia investasi saham. 3. Perencanaan Finansial. 	Ordinal
4.	Minat Berinvestasi (Y)	minat berinvestasi adalah suatu keadaan dimana seseorang menyukai atau tertarik terhadap hal-hal seputar investasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan tertarik/suka mengenai investasi saham. 2. Ingin mengetahui lebih spesifik mengenai investasi saham. 3. Keuntungan / <i>Return</i>. 	Ordinal
5	Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Z)	Pengambilan keputusan investasi saham merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan berinvestasi saham yang dimana investor benar-benar melakukan investasi saham	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas 2. Keinginan. 3. Risiko / <i>Risk</i>. 4. Kemampuan. 5. Pilihan yang tepat. 	Ordinal

3.2.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Siliwangi. Teknik ini peneliti anggap efisien karena praktis dalam mendapatkan data-data primer dari responden yang sebelumnya diobservasi dengan tujuan mencari informasi dan sasaran

penelitian. Penyebaran kuesioner nya ini menggunakan aplikasi *Google Form* atau kuesioner (angket) dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden.

Kuesionernya nanti akan berbentuk skala *likert* 5 poin. Skala likert ini dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena (Sugiyono, 2016). Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang nantinya indikator variabel tersebut dijadikan tolak ukur untuk mengetahui sikap, pendapat dan persepsi dari responden. Berikut ini merupakan pengukuran skala *likert* untuk analisis kuantitatif dalam penelitian ini :

Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.2.3.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan didalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber asli langsung dari narasumber atau responden yang akan diteliti. Didalam penelitian ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada mahasiswa universitas siliwangi melalui aplikasi *Google Form*.

3.2.3.2. Populasi Sasaran

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti (Handayani, 2020). Populasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif universitas siliwangi yang memiliki minat atau ketertarikan dalam berinvestasi saham, serta tergabung dalam group *whatsapp* “Padepokan Siliwangi” yang berjumlah 176 orang.

3.2.3.3. Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017:81). Menurut Margono (2004) Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Peneliti melakukan observasi dan mendapatkan informasi bahwa mahasiswa yang tertarik dengan investasi saham serta tergabung dalam *group whatsapp* “padepokan siliwangi” berjumlah 176 orang. Dalam observasi saya menggunakan teknik *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2018:138) menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang pernah atau sedang

berinvestasi saham. Untuk mengetahui besarnya jumlah sampel yang diambil peneliti menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel atau jumlah responden.

N = Ukuran populasi.

e = Nilai kritis ketidak telitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diujikan, e = 0,05.

Ketentuan didalam rumus slovin sebagai berikut :

1. Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar.
2. Nilai e = 0,05 (5%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Berikut merupakan perhitungan sampel mahasiswa yang memiliki minat dalam berinvestasi saham menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{176}{1+176(0,05)^2}$$

$$n = 122$$

Berdasarkan metode Slovin diatas maka akan menghasilkan jumlah 122 orang. Namun, dalam penelitian ini saya selaku peneliti akan membulatkan menjadi 125 orang.

3.2.3.4. Prosedur pengumpulan data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada mahasiswa universitas siliwangi yang memiliki ketertarikan dalam berinvestasi saham. Serta melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan pemahaman mengenai teori-teori yang berhubungan atau berkaitan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan.

3.2.4. Model Penelitian

Pada penelitian ini terdiri dari variabel independent yaitu *Influencer Marketing* (X_1), *Self Motivation* (X_2), *Investment Knowledge* (X_3) dan variabel intervening yaitu Minat Berinvestasi (Y) serta variabel Dependen yaitu Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Z). Adapun model persamaan regresi didalam penelitan sebagai berikut :

$$Y_{1i} = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + e_{1i} \dots \dots \dots (1)$$

$$Z_{1i} = C_0 + C_1 X_{1i} + C_2 X_{2i} + C_3 X_{3i} + e_{2i} \dots \dots \dots (2)$$

$$Z_{2i} = D_0 + D_1 Y_2 + e_{3i} \dots \dots \dots (3)$$

$$Z_{3i} = F_0 + F_1 Z_1 + F_2 Y_2 + e_{4i} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

β_0, C_0, D_0, F_0 = Konstanta

Z_1, Z_2, Z_3 = Pengambilan keputusan investasi saham

Y_1, Y_2 = Minat berinvestasi

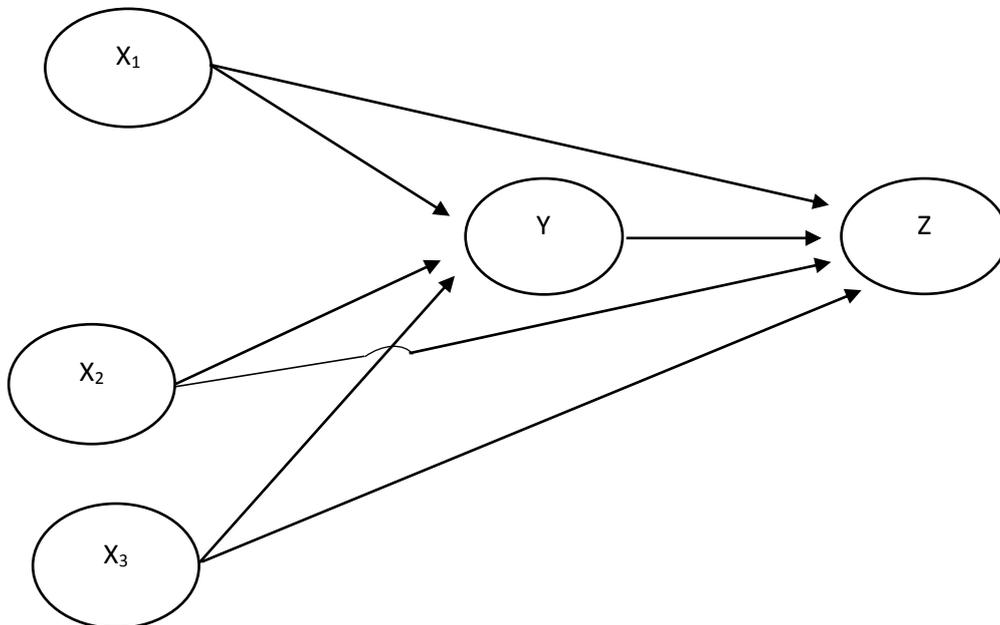
X_1 = *Influencer marketing*

X_2 = *Self motivation*

X_3 = *Investment knowledge*

- β_1, C_1 = Koefisien regresi *Influencer Marketing*
 β_2, C_2 = Koefisien regresi *Self Motivation*
 β_3, C_3 = Koefisien regresi *Investment Knowledge*
 D_1, F_2 = Koefisien regresi Minat Berinvestasi
 F_1 = Koefisien regresi Pengambilan Keputusan Investasi Saham
 e_1, e_2, e_3, e_4 = *error term*
 I = Individu

Selain itu peneliti akan menggunakan model persamaan struktural atau *Partial Least Square - Structural Equation Model* (PLS-SEM) didalam penelitian ini yang merupakan analisis statistik serempak atau sekaligus terhadap seluruh variabel-variabel dan indikator-indikatornya yang nantinya diproses melalui SmartPLS, Berikut merupakan model persamaan dari PLS SEM :



Gambar 3.1 *Partial Least Square - Structural Equation Model*

3.2.5. Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2016).

3.2.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menginterpretasikan mengenai argumen atau pendapat responden terhadap pernyataan dan distribusi frekuensi pernyataan responden dari data yang telah dikumpulkan. Wiyono (2001) menjelaskan bahwa analisis deskriptif bertujuan untuk menginterpretasikan mengenai argumen atau pendapat responden terhadap pernyataan dan distribusi frekuensi pernyataan responden dari data yang telah dikumpulkan. Di dalam penelitian ini, jawaban responden dijelaskan dalam lima skala pernyataan dengan menggunakan *Skala Likert*. Analisis ini juga digunakan untuk menggambarkan secara lebih spesifik terhadap variabel-variabel yang akan diteliti.

3.2.5.2. *Partial Least Square – Structural Equation Model (PLS-SEM)*

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif yang mengadopsi metode analisis *Partial Least Square - Structural Equation Model (PLS-SEM)*. *Partial Least Square - Structural Equation Model (PLS-SEM)* ini merupakan analisis persamaan struktural berbasis multivariat yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus. Model

pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model strukturalnya digunakan untuk uji kausalitas. Keunggulan dari metode PLS-SEM ini adalah variabel yang akan peneliti teliti bisa diatur dan diklasifikasikan menjadi beberapa variabel sesuai dengan pola atau kerangka pemikiran dari peneliti, dan PLS-SEM ini juga tidak saja bisa digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten dan nantinya diukur dengan menggunakan software SmartPLS Alasan-alasan yang melatarbelakangi peneliti memilih model analisis SmartPLS dalam penelitian ini yaitu :

1. Model yang berbentuk pada kerangka penelitian ini menunjukkan hubungan kausal berjenjang yaitu *Influencer Marketing* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham, *Influencer Marketing* terhadap Minat Berinvestasi Saham, lalu *Self Motivation* terhadap Minat Berinvestasi Saham dan yang nantinya setelah muncul minat tersebut akan Mengambil Keputusan Berinvestasi Saham, *Investment Knowledge* terhadap Minat Berinvestasi Saham, dan *Investment Knowledge* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham.
2. Penelitian ini menggunakan variabel laten yang diukur melalui indikator. Maka dari itu, peneliti memilih model analisis PLS-SEM karena cocok digunakan untuk mengkonfirmasi indikator dari variabel tersebut.
3. Didalam penelitian ini nantinya peneliti akan menggunakan analisis multivariat model persamaan struktural atau Structural Equation Model (SEM).

3.2.5.3. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model sering juga disebut (*outer relation* atau *measurement model*) merupakan model yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Outer model* ini dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi melalui *validitas convergent* dan *discriminant* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Sedangkan *outer model* dengan indikator formatif dievaluasi berdasarkan pada substantive content-nya yaitu dengan membandingkan besarnya *relative weight* dan melihat signifikansi dari ukuran *weight* tersebut. Berikut merupakan penjelasan mengenai model pengukuran (*outer model*) dengan menggunakan uji *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composit Reliability* dan *One order Confirmatory Factor Analysis* :

a. *Convergent Validity*

Menurut Abdullah (2015) menjelaskan bahwa *Convergent validity* dari *measurement model* dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor skor variabelnya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai *loading* > 0,5. Rumus AVE (*Average Varians Extracted*) sebagai berikut :

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2}{n}$$

Keterangan :

λ = Melambangkan *standartlize loading factor* dan i adalah jumlah indikator.

Menurut Chin (1998) yang selanjutnya dikutip oleh Ghazali dan Iatan (2015) bahwa nilai *outer loading* antara 0,5 - 0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *convergent validity*, namun nilai diharapkan adalah $> 0,7$.

b. Discriminant Validity

Discriminant Validity merupakan indikator untuk melihat dan membandingkan antara *discriminant validity* dengan *square root of average varians extracted* (AVE). *Discriminant validity* ini terjadi jika dua instrument yang berbeda mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang tidak berkorelasi. Jika nilai kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antara konstruk maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Nilai AVE diharapkan $> 0,5$. Pengukuran yang lainnya bisa dilihat dari nilai *cross loading factor* untuk mengetahui suatu konstruk tersebut memiliki diskriminan yang memadai atau tidak, cara untuk melihatnya yaitu dengan membandingkan nilai *loading factor* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan nilai konstruk yang lainnya.

c. Composite Reliability

Composite Reliability merupakan indikator untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif yang dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Namun *cronbach's alpha* memiliki kekurangan yaitu pengujian reliabilitas konstruk akan memberikan nilai lebih rendah (*under estimate*) sehingga disarankan untuk menggunakan *composite reliability*. Nilai *composite reliability*, *cronbach's alpha* yang diharapkan adalah $> 0,7$ dan untuk nilai *average varians extracted* (AVE) yang diharapkan adalah $> 0,5$

yang bisa dikatakan mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi. Dengan menggunakan *SmartPLS* maka *Composite Reliability* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$CR = \frac{(\sum\lambda)^2}{(\sum\lambda)^2 + \sum\text{var}(\varepsilon_j)}$$

Keterangan :

CR = *Composite Reliability*

λ = Lambang lambda menggambar kan *standartize loading factor*

ε_j = Measurement error / $1 - (\text{standartize loading factor})^2$

3.2.5.4. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner Model merupakan sebuah model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Evaluasi model struktural (*inner model*) menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang telah dibangun berdasarkan substansi teori. Dalam uji evaluasi model struktural (*inner model*) menggunakan bantuan prosedur *bootstrapping* dan *blindfolding* dalam *SmartPLS*. Ada beberapa uji untuk model struktural yaitu :

1. Nilai *R-Square* adalah koefisien determinasi untuk menilai seberapa besar pada konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Menurut Chin (1998) Nilai *R-square* dikategorikan menjadi 3 dimulai dari nilai *R-square* sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat/biasa) dan 0.19 (lemah).

2. *Effect size (F-Square)* dilakukan untuk mengetahui signifikansi efek antar variabel. Menurut Chin (1998) Nilai F-square dikategorikan menjadi 3 dimulai dari nilai F-square sebesar 0.35 (kuat), 0.15 (moderat/biasa) dan 0.12 (lemah).
3. *Prediction relevance (Q-square)* dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi melalui uji blindfolding, dan apabila diperoleh nilai Q-Square diatas 0 maka dapat disimpulkan kapabilitas prediksi tersebut kuat.

Model persamaan *inner model* sebagai berikut :

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \zeta_1 \dots \dots \dots (3)$$

$$\eta_2 = \beta_1 \eta_1 + \gamma_3 \xi_1 + \gamma_4 \xi_2 + \zeta_2 \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

η = (*eta*) = Variabel laten.

ξ = (*ksi*) = Eksogen.

γ = (*gamma*) = Endogen.

β = (*beta*) = Koefisien pengaruh variabel endogen terhadap eksogen.

ζ = (*zeta*) = Inner residual.

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

4. *Estimate for Path Coefficients*, merupakan nilai *Path* koefisien atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten. Yang dilakukan dengan menggunakan

prosedur *bootstrapping*, nilai *path coefficients* yang baik adalah yang nilai T-Statistic $> 1,96$.

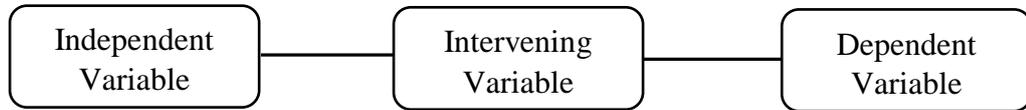
3.2.5.5. Uji Hipotesis

Pada Koefisien jalur (*Path Coefficient*) dilakukan dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui prosedur *bootstrapping*. Pendekatan *bootstrapping* mempresentasikan non parametik. Prosedur *Bootstrapping* harus menggunakan sampel asli atau data primer. Menurut Chin (2010) menyarankan jumlah *bootstrapping* cukup berjumlah 200 saja untuk mengoreksi *strandard error*. Nilai signifikan yang peneliti gunakan adalah *two tailed* (dua ekor atau dua arah) untuk meneliti arah kecenderungan dari karakteristik responden yang sedang diteliti, untuk hipotesa pengujian ini adalah tingkat keyakinan 95% maka α 5% (0,05) dan nilai statistik yang digunakan adalah 1,96% sehingga kriteria penerimaan dan penolakan hipotesa adalah ketika nilai t-statistik lebih besar dari pada nilai t-tabel ($t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$) dengan nilai *p-values* $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima maka variabel berpengaruh signifikan, begitupun sebaliknya apabila nilai t-statistik lebih kecil dari pada nilai t-tabel ($t_{\text{statistik}} < t_{\text{tabel}}$) dengan nilai *p-values* $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak maka variabel tidak berpengaruh signifikan.

3.2.5.5. Uji Mediasi (*Indirect Effect*)

Pengujian mediasi (*Indirect Effect*) bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independent (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen) namun melalui variabel intervening, atau biasa disebut pengaruh tidak langsung. Berikut gambaran mengenai mekanisme *Indirect Effect* ini :

Sumber: Adi Susilo jahja (2017)



Gambar 3.2 Uji Mediasi

Karena dalam pengujian ini menggunakan *two tailed* (dua ekor atau dua arah) maka t_{tabel} dengan tingkat 5% (0,05) yaitu 1,96. Untuk menguji signifikansi tidak langsung ini perlu menguji nilai T. Nilai t_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (*Indirect Effect*).