

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *E-WOM*, *Subjective Norm*, *Visibility*, *Destination Envy* (rasa iri yang tidak berbahaya) dan *Visit intention* pada konten destinasi wisata alam pantai pangandaran pada *social media*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan manfaat tertentu (Sugiyono, 2018). Data yang diperoleh dari sebuah penelitian adalah data yang empiris yang memiliki kriteria tertentu yaitu valid, reliabel, dan objektif (Nasution, 2023). Metode yang saat ini digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah survei. Survei adalah suatu sistem pengumpulan informasi dari atau tentang orang-orang untuk menggambarkan mengenai pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka. Pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen survei tersebut biasanya disusun menjadi kuesioner yang diisi sendiri oleh responden, baik di atas kertas atau melalui komputer.

Penelitian ini menyebarkan kuesioner secara online. Penyebaran kuesioner online biasanya menggunakan *social media* dengan tujuan agar memperoleh cakupan yang lebih luas. Menurut Sekaran & Bougie (2016), terdapat beberapa kelebihan dari online kuesioner salah satunya yaitu:

1. Mudah untuk dikelola
2. Jangkauannya luas (Global)

3. Biayanya murah
4. Responden dapat menjawab sesuai dengan keinginanya
5. Pemrosesan jawaban secara otomatis

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya (Abdullah et.al., 2022). Adapun tujuan dari penelitian kuantitatif adalah:

1. Mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.
2. Menentukan sebuah hubungan antar variabel terkait dalam sebuah populasi.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Ridha (2017), variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai/sifat dari objek, individu/kegiatan yang memiliki banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya kemudian ditarik kesimpulannya. Hubungan variabel dalam penelitian kuantitatif terhadap objek yang diteliti bersifat sebab dan akibat yang terkait dengan variabel independen dan dependen. Menurut Sekaran & Bougie (2016), variabel merupakan segala sesuatu yang dapat memiliki nilai yang berbeda atau bervariasi. Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian menurut Sekaran & Bougie (2016), diantaranya adalah:

1. Variabel bebas

Variabel bebas atau *independent variable* adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif.

2. Variabel mediasi

Variabel mediasi atau *intevening variable* adalah variabel yang muncul antara saat variabel independen mulai mempengaruhi variabel dependen.

3. Variabel terikat

Variabel terikat atau *dependent variable* adalah variabel yang menjadi perhatian utama dari peneliti. Tujuan dari peneliti yaitu untuk memahami dan mendeskripsikan variabel terikat. Melalui analisis variabel dependen, maka dimungkinkan untuk menemukan solusi atau jawaban dari permasalahan tersebut. dalam satu penelitian terdapat kemungkinan untuk memiliki lebih dari satu variabel dependen.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasionalisasi	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
E-WOM (X ₁)	E-WOM adalah komentar atau rekomendasi dari pengguna <i>social media</i> mengenai pengalaman mereka terhadap destinasi wisata alam pangandaran		- Komentar positif di internet - Komentar positif di platform agensi perjalanan online - Pujian pengunjung -Komentar positif yang mengesankan	Interval

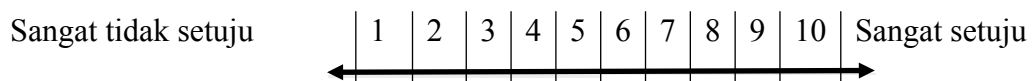
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	yang telah mereka kunjungi			
<i>Subjective Norm (X₂)</i>	<i>Subjective Norm</i> adalah pendapat atau pandangan orang lain terhadap suatu destinasi wisata pangandaran dan dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan		-Rekomendasi teman - Rekomendasi selebriti - Rekomendasi orang-orang yang dihargai	Interval
<i>Visibility (X₃)</i>	<i>Visibility</i> adalah apa yang ditampilkan oleh pengelola dalam sebuah konten mengenai destinasi wisata pangandaran yang dapat dilihat oleh viewers		- Akun resmi organisasi pengelola destinasi wisata sangat aktif - Informasi destinasi wisata dalam kolom iklan - Selebriti berbagi pengalaman perjalanan wisata mereka	Interval
<i>Destination Envy (M)</i>	<i>Destination Envy</i> adalah rasa iri seseorang terhadap pengalaman berwisata orang lain sehingga menimbulkan keinginan untuk berkunjung atau mengunjungi destinasi wisata pantai pangandaran		- Bekerja keras sehingga dapat berwisata - Banyak pengguna <i>social media</i> berwisata - Sungguh meresahkan ketika banyak orang yang bisa berwisata dan saya tidak	Interval
<i>Intention to Visit (Y)</i>	<i>Visit intention</i> adalah sebuah minat atau niat seseorang untuk berkunjung ke destinasi wisata		- Ekspektasi untuk berwisata - keingin untuk berwisata - Tahun depan, saya ingin berwisata	Interval

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	pantai Pangandaran			

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner sebagai alat atau instrumen untuk memperoleh data yang sesuai. Kemudian, data tersebut digunakan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut Abdullah et al., (2022), Kuesioner atau angket adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan validasi dan realibilitas tinggi, kuesioner berupa susunan dari rangkaian pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden yang berhubungan dengan topik penelitian tertentu sesuai dengan keilmuan peneliti pada sekelompok orang atau individu.

Pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini yaitu pernyataan tertutup dimana responden hanya memilih salah satu jawaban yang disediakan oleh peneliti dalam kuesioner. Skala pengukuran penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan skala interval yaitu *bipolar adjective* dengan rentang 1-10. Hal ini bertujuan agar tidak ada jawaban yang mengumpul di tengah (*grey area*). Adapun pada penelitian ini, pemberian nilai bagi rentang adalah sebagai berikut:



Untuk memudahkan responden dalam mengisi kuesioner yang disediakan peneliti, maka ukuran skala menggunakan penilaian sangat tidak setuju dan sangat setuju. Maka nilai penelitian skala sebagai berikut:

Skala 1-5 Cenderung tidak setuju

Skala 6-10 Cenderung setuju

3.2.3.1 Jenis Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data penelitian kuantitatif dimana data-data yang diperoleh berupa angka. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dengan data *Cross-section*. Data *cross-section* adalah sekumpulan data yang dilihat dalam satu waktu tertentu dan terdiri dari beberapa variabel tertentu. Metode pengumpulan data primer yaitu dengan mengumpulkan data yang berasal dari sumber asli untuk tujuan khusus penelitian. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara. Sumber data primer juga dapat diperoleh dari kuesioner yang disebarakan melalui internet.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi merupakan keseluruhan dari subjek yang diteliti dan merupakan sumber informasi penting bagi penelitian. Menurut Kuncoro dalam Abdullah (2022), populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Menurut abdullah (2022), populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai, tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik

tertentu dalam suatu penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu orang-orang yang belum pernah mengunjungi Pangandaran.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari sebuah populasi. Menurut somantri dalam Abdullah (2022), sampel merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam penelitian dan sampel mewakili dari seluruh populasi.

Dalam menentukan sampel dari populasi teknik pengambilan sampel diperlukan dan pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* yang mana merupakan teknik yang tidak memberi peluang/ kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Non-probability sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yang diperlukan peneliti untuk memperoleh informasi. Dengan teknik ini peneliti dapat memperoleh informasi dari kelompok atau individu yang memenuhi kriteria tertentu atau mereka yang memiliki informasi yang diperlukan (Sekaran & Bougie, 2016)

Penentuan jumlah sampel yang akan diteliti memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Berdomisili di Pulau Jawa
2. Memiliki akun *social media* yang aktif/ masih digunakan

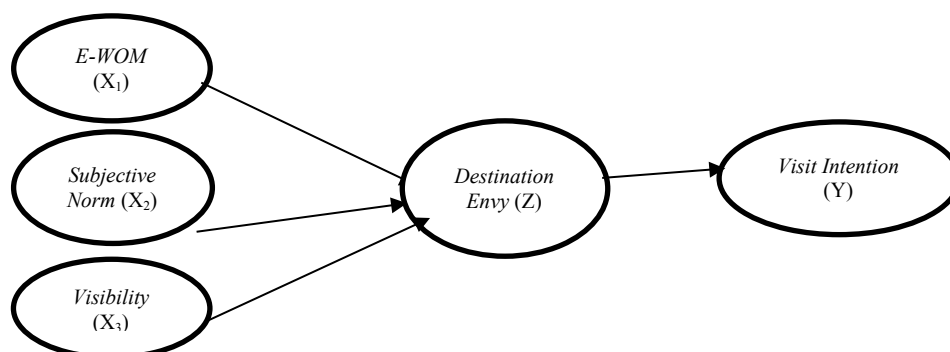
3. Merupakan warga negara Indonesia
4. Generasi Z dan Milenial usia 18-43 Tahun
5. Belum pernah berkunjung ke Pangandaran

Penelitian ini menggunakan pengukuran sampel yang merujuk pada penelitian Hair et al., (2010) dalam E. Rahayu & Hasanah (2020), dengan ukuran sampel yang sesuai antara 100 sampai dengan 200. Kemudian dijelaskan juga bahwa ukuran sampel minimum 5 observasi untuk setiap *estimated parameter* dan maksimum 10 observasi dari setiap *estimated parameter*. Jumlah estimated parameter pada penelitian ini yaitu 34 (diperoleh dari jumlah indikator yaitu 16 dikali 2 dan ditambah dengan panah estimasi) sehingga untuk memperoleh jumlah sampel adalah 5 kali dari jumlah estimated parameter atau $5 \times 34 = 170$ responden.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian yang disajikan mengenai “Pengaruh *Social Media Environmental Factors* terhadap *Visit Intention* Destinasi wisata pantai Pangandaran dengan *Destination Envy* Sebagai Variabel Mediasi”.

Social Media Enviromental Factors Individu



Sumber : Modifikasi Model Penelitian (Zheng 2023)

Gambar 3.1
Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan software AMOS versi 22. *Structural Equation Model* (SEM) menurut Ginting dalam Mukaromah et al. (2022) adalah sebuah teknik statistik multivariat yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dengan analisis regresi (korelasi), yang memiliki tujuan menguji hubungan-hubungan antar variabel pada sebuah model, baik antara indikator dengan konstruksinya, atau hubungan antara konstruk. Menurut Byrne (2019) dalam Darwin & Umam (2020), *Structural Equation Modelling* (SEM) metode analisis statistik yang menggunakan pendekatan struktural untuk memecahkan masalah atau fenomena yang muncul. Metode analisis SEM juga merupakan analisis multivarian dari kelanjutan analisis jalur (path analysis) dan regresi berganda (multiple regression) (Darwin & Umam, 2020). Berikut langkah-langkahnya :

3.2.5.1 Pengembangan Model Berbasis Teori

Langkah yang pertama dalam pengembangan model *Structural equation Modelling* adalah pencarian atau pengembangan sebuah model yang memiliki justifikasi teoritis yang kuat. Kemudian, model divalidasi secara empiris melalui pemrograman SEM.

Tabel 3.2

Variabel dan Konstruk Penelitian

No	<i>Unobserved Variable</i>	<i>Construct</i>
1.	<i>E-WOM (X₁)</i>	• Saya sering melihat orang memberikan komentar positif tentang Pangandaran di internet • Saya sering melihat orang memberikan komentar positif tentang Pangandaran di platform agensi perjalanan online • Saya melihat banyak netizen yang mengaku pernah ke pangandaran dan memujinya • Saya melihat komentar positif tentang Pangandaran secara online sangat mengesankan saya
2.	<i>Subjective Norm (X₂)</i>	• Teman saya di <i>social media</i> berpendapat bahwa mengunjungi destinasi wisata alam pantai Pangandaran adalah ide yang bagus • Selebriti yang saya ikuti di <i>social media</i> berpendapat bahwa mengunjungi destinasi wisata alam pantai Pangandaran adalah ide yang bagus

		• Orang-orang di <i>social media</i> yang pendapatnya saya hargai merekomendasikan destinasi wisata alam pantai Pangandaran adalah tempat yang bagus untuk dikunjungi
3.	<i>Visibility (X₃)</i>	• Saya menemukan bahwa akun resmi organisasi pengelola destinasi wisata alam pantai Pangandaran sangat aktif di <i>social media</i> • Saya menemukan bahwa informasi perjalanan terkait destinasi wisata pantai Pangandaran telah beberapa kali ditempatkan di kolom iklan <i>social media</i> • Saya menemukan beberapa selebriti yang saya ikuti di <i>social media</i> telah berbagi pengalaman perjalanan mereka dan/atau mendukung destinasi wisata alam pantai Pangandaran sebagai tujuan wisata yang bagus.
4.	<i>Destination Envy (Z)</i>	• Saya ingin bekerja keras sehingga saya dapat berwisata/bepergian destinasi

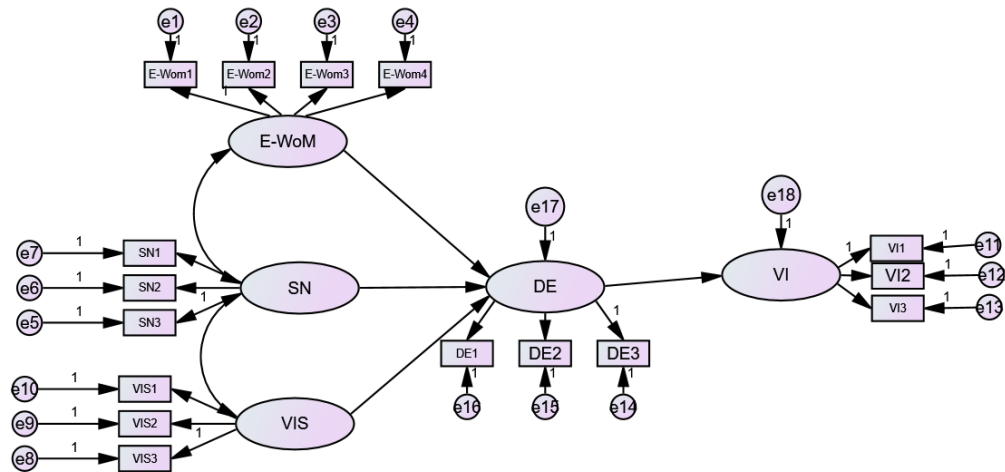
		wisata alam pantai Pangandaran yang saya lihat di <i>social media</i>. • Saya perhatikan banyak pengguna <i>social media</i> berwisata/bepergian ke destinasi wisata alam pantai Pangandaran • Sungguh meresahkan ketika saya melihat di <i>social media</i> banyak orang yang bisa berwisata ke destinasi wisata pantai Pangandaran tapi saya tidak.
5.	<i>Visit Intention (Y)</i>	• Saya berekspektasi bahwa saya akan mengunjungi destinasi wisata alam pantai Pangandaran di masa depan • Saya benar-benar ingin berwisata ke destinasi wisata alam pantai Pangandaran • Tahun depan, saya ingin berwisata ke destinasi wisata alam pantai Pangandaran

3.2.5.2 Pengembangan Path Diagram

Langkah kedua, model teoritis pada langkah pertama yang telah dibangun digambarkan dalam sebuah *path diagram*. Tujuannya yaitu agar mempermudah

untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang akan diuji. Anak panah yang lurus menunjukkan hubungan kausal langsung antara konstruk satu dengan lainnya. Sedangkan garis yang melengkung antara konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antara konstruk-konstruk yang dibangun di dalam path diagram dan dapat dibedakan dalam dua kelompok (Waluyo, 2016), yaitu sebagai berikut :

1. *Exogenous constructs* dikenal sebagai independent variabel, ditetapkan sebagai variabel pemula yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model dan memberi efek pada variabel yang lain. Konstruk eksogen yaitu *E-WOM*, *Subjective Norm*, dan *Visibility*.
2. *Endogenous constructs* merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lain, akan tetapi konstruk eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan endogen yaitu *Visit Intention*.
3. Variabel mediasi adalah variabel penyela yang berada diantara variabel independen dan dependen sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. berikut pengembangan dari path diagram pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 3.2

Path Diagram Penelitian

3.2.5.3 Konversi *Path* ke Dalam Persamaan

Langkah ketiga dapat dimulai untuk mengkonversi spesifikasi model ke dalam persamaan. Persamaan yang dibangun terdiri dari dua persamaan yaitu:

1. Persamaan-persamaan struktural (*Structural Equations*). Persamaan ini dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antara berbagai konstruk.

Dimana bentuk persamaannya adalah :

Variabel endogen = Variabel eksogen + Variabel endogen + Error (1).

Dalam Penelitian ini konversi model ke bentuk persamaan struktural dilakukan sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 3.3**Model Persamaan Structural**

<i>Destination Envy</i>	=	<i>E-WoM + Subjective Norm + Visibility + Visit Intention + a17</i>
<i>Visit Intention</i>	=	<i>Destination Envy + a18</i>

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini, 2024

2. Persamaan spesifikasi model pengukuran (measurement model). Pada spesifikasi ini ditentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk atau variabel (Ferdinand, dalam Pamunggar, 2023).

Tabel 3.4**Model Pengukuran**

Konstruk Exogenous	Konstruk Endogenous
$X1.1 = \lambda_1 E-WoM + e1$	$M1 = \lambda_{14} Destination\ Envy + e14$
$X1.2 = \lambda_2 E-WoM + e2$	$M2 = \lambda_{15} Destination\ Envy + e15$
$X1.3 = \lambda_3 E-WoM + e3$	$M3 = \lambda_{16} Destination\ Envy + e16$
$X1.4 = \lambda_4 E-WoM + e4$	$Y1 = \lambda_{11} Visit\ Intention + e11$
$X2.1 = \lambda_5 Subjective\ Norm + e5$	$Y2 = \lambda_{12} Visit\ Intention + e12$
$X2.2 = \lambda_6 Subjective\ Norm + e6$	$Y3 = \lambda_{13} Visit\ Intention + e13$
$X2.3 = \lambda_7 Subjective\ Norm + e7$	
$X3.1 = \lambda_8 Visbilibity + e8$	
$X3.1 = \lambda_9 Visbilibity + e9$	
$X3.1 = \lambda_{10} Visbilibity + e10$	

3.2.5.4 Memilih Matriks Input dan Estimasi Model

SEM menggunakan input data matriks varians/kovarians atau matrik korelasi untuk keseluruhan dari estimasi yang dilakukan. Matriks kovarian digunakan karena memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi atau sampel yang berbeda, yang tidak dapat disajikan oleh korelasi. Hair et al., 1995 dalam Waluyo (2016), menyarankan agar peneliti menggunakan matriks varian/kovarian saat menguji sebuah teori untuk memvalidasi hubungan-hubungan kausalitas karena dinilai lebih memenuhi asumsi-asumsi metodologi penelitian.

3.2.5.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

Masalah identifikasi adalah masalah yang berkaitan dengan ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang baik. Ketika terjadi masalah identifikasi *tool* AMOS dapat mengatasi dengan munculnya pesan di monitor komputer mengenai penyebab yang mungkin menjadi alasan mengapa program tidak dapat melakukan estimasi.

3.2.5.6 Asumsi SEM

Dalam penggunaan *Structural Equation Modelling* (SEM), diperlukan asumsi-asumsi yang mendasari penggunaannya. Asumsi yang dimaksud diantaranya adalah :

a. Normalitas Data

Uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan SEM memiliki dua tahapan. Tahap pertama menguji normalitas dari setiap variabel dan tahap kedua melakukan pengujian normalitas semua variabel secara bersamaan yang disebut

multivariate normality. Kritis nilai yang digunakan sebesar kurang lebih 2,58 pada tingkat signifikansi 0,01. Ketika nilai melebihi 2,58 maka dikatakan data tidak berdistribusi normal (Hair et al., 2010).

b. Ukuran Sampel

Umumnya penggunaan SEM membutuhkan jumlah sampel yang besar. Menurut Hair et al (2010) dalam Rahayu & Hasanah (2020), ukuran sampel (data observasi) yang sesuai adalah antara 100-200, sampel yang akan dianalisis sebagai input adalah 170 sampel.

c. *Multicollinearity* dan *Singularity*

Suatu model secara teoritis dapat diidentifikasi tetapi tidak dapat diselesaikan karena masalah-masalah empiris, misalnya terdapat multikolinearitas tinggi dalam setiap model. Dimana yang perlu diamati adalah determinan dari matriks kovarian sampelnya.

3.2.5.7 Evaluasi Kinerja *Goodness-of-Fit*

Pengujian terhadap kesesuaian model dilakukan dengan kriteria *goodness-of-fit*. Beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off* value untuk menguji sebuah model apakah dapat diterima atau ditolak (Ferdinand, 2005 dalam Pamunggar, 2003):

- a. χ^2 *chi square statistic*, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai χ^2 rendah. Semakin nilai χ^2 semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut off value* sebesar $p > 0.005$ atau $p > 0.10$.

- b. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), yang menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi.
- c. Nilai RMSEA yang kecil atau sama dengan 0.08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model ini berdasar pada *degree of freedom*.
- d. GFI (*Goodness of Fit Index*) adalah ukuran non statistical yang mempunyai rentang nilai antara 0 (poor fit) hingga 1.0 (perfect fit). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “better fit”
- e. GFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*) dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0.90.
- f. CMIN/DF adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *degree of freedom*. CMIN/DF tidak lain adalah statistic chi square. χ^2 dibagi DF-nya disebut χ^2 relatif. Bila nilai χ^2 relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.
- g. TLI (*Tucker Lewis Index*) merupakan *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model ≥ 0.95 dan nilai yang mendekati menunjukkan a “very good fit”
- h. CFI (*Comperative Fit Index*) yang bila mendekati 1, mengindikasikan tingkat *fit* yang paling tinggi dan nilai yang direkomendasikan adalah CFI ≥ 0.95 .

Tabel 3.5

Indeks Pengujian Kelayakan Model (*Goodness-of-fit Index*)

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>
Chi square	Diharapkan kecil
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: (Ferdinand,2005 dalam Pamunggar,2023)

3.2.5.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan peneliti. Menurut Hair et al., (2006), untuk mendapatkan validitas dari setiap indikator dapat dilihat dari nilai loading yang diperoleh dari *standardizen loading* dari setiap indikator dan dinyatakan layak jika memiliki *loading factor* $> 0,40$ (Hair et al., 2010).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan memperoleh data yang sama. Uji reliabilitas dimulai dengan melihat nilai *alpha Cronbach* dan dikatakan reliabel jika nilainya minimal 0,70. Namun terdapat peneliti yang mensyaratkan nilai sebesar 0,50.

3.2.5.9 Evaluasi atas *Regression Weight* sebagai Pengujian Hipotesis

Evaluasi yang dilakukan melalui pengamatan terhadap nilai *Critical Ratio* (CR) yang dihasilkan oleh model yang idetik dengan uji-t (*Cut Off Value*) dalam regresi. Untuk kriteria dalam pengujian hipotesisnya disajikan sebagai berikut:

H_0 diterima jika $C.R \leq Cut\ Off\ Value$

H_0 ditolak jika $C.R \geq Cut\ Off\ Value$

Pengujian juga dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai dari probabilitas (p) masing-masing nilai *Regression Weight* yang kemudian dibandingkan dengan nilai level signifikansi yang telah ditentukan. Untuk nilai level signifikansi yang telah ditentukan pada pebelitian ini adalah $\alpha = 0.05$. hipotesis diterima jika probabilitas lebih kecil dari nilai $\alpha = 0.05$.

3.2.5.10 Interpretasi dan Modifikasi Model

Langkah selanjutnya, pada model yang tidak memenuhi syarat pengujian dapat mengintrepretasikan model dan memodifikasi model dengan cara melihat jumlah residual yang dihasilkan oleh model. Nilai residual yang lebih besar atas sama dengan 2,58 diintrepetasikan sebagai signifikansi secara statistik pada tingkat 5% (Waluyo, 2016).

3.2.6 Uji Sobel Test

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan nama Uji Sobel (Sobel Test). Uji ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel Independen (X) kepada variabel dependen (Y) yang disebabkan karena adanya variabel intervening (Z) atau mediasi. Dengan rumus sebagai berikut :

$$Z = \frac{a.b}{\sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2}}$$

Keterangan

S_a : Standar Error X-M

S_b : Standar error Z-Y

b : Koefisien regresi Z-Y

b : Koefisien regresi X-Z

Apabila sobel test statistic $\geq 1,96$ dengan signifikansi 5%, maka variabel tersebut dapat dikatakan mampu memediasi antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2018).