

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Yang menjadi objek penelitian ini terkait pengaruh *live streaming*, *impulse buying*, *flow experience*, dan *hedonic pleasure* pada pengguna platform TikTok.

#### **3.2. Metode Penelitian**

Penelitian ini dirancang dengan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Untuk menentukan kejadian relatif, distribusi, dan korelasi antar variabel, data dari sampel yang diambil dari populasi menjadi fokus utama penelitian bergaya survei ini, yang mungkin melibatkan populasi besar atau kecil (Sugiyono, 2016). Untuk memenuhi tujuan studi yang ditetapkan bagi pekerja dengan mengumpulkan data melalui survei. Sesuai dengan jumlah sampel yang ditentukan, kuesioner penelitian disebarakan secara online kepada pengguna platform TikTok.

##### **3.2.1. Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu berupa kesimpulan (Sahir 2021). Berikut ini adalah variabel operasional yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>Live streaming</i>	Bentuk <i>e-commerce</i> yang menggabungkan video <i>streaming</i> langsung dengan kemampuan untuk melakukan pembelian secara <i>real-time</i> di platform TikTok.	<i>Visibility</i>  <i>Metavoicing</i>  <i>Interactivity</i>  <i>Guidance Shopping</i>  <i>Trading Affordability</i>	- Kemudahan akses untuk menemukan <i>live streaming</i> , seperti melalui halaman utama atau promosi.  - Partisipasi audiens dalam bentuk komentar, reaksi, atau <i>like</i> selama <i>live streaming</i>  - Responsivitas <i>streamer</i> dalam menjawab pertanyaan atau menanggapi audiens secara <i>real-time</i> .  - Adanya penjelasan langsung terkait promo eksklusif, diskon, atau produk yang sedang ditampilkan.  - Fitur yang memudahkan transaksi langsung selama <i>live streaming</i> , seperti tombol "Beli Sekarang".	Interval
<i>Flow Experience</i>	kondisi di mana individu sepenuhnya fokus dan menyatu dengan aktivitas, sehingga kehilangan kesadaran akan lingkungan dan waktu	Tidak menyadari waktu berlalu  Lupa pada pekerjaan  Merasakan pelarian sementara	- Penonton sangat terfokus pada <i>live-stream</i> hingga mereka tidak menyadari berapa banyak waktu yang telah berlalu.  - Saat menonton, penonton cenderung melupakan tugas atau pekerjaan yang seharusnya dilakukan.  - <i>Live-stream</i> memberikan rasa pelarian dari realitas, memungkinkan penonton untuk mengalihkan	Interval

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		Tidak mudah terganggu	perhatian dari kehidupan sehari-hari - Penonton tetap terpusat pada konten <i>live streaming</i> tanpa terganggu oleh hal-hal lain di sekitarnya.	
<i>Hedonic Pleasure</i> (HP)	Tingkat kesenangan atau kepuasan emosional yang dirasakan pengguna saat menikmati <i>live streaming</i> di TikTok sehingga tidak dapat dikendalikan dan selalu mempengaruhi perilaku seseorang	<i>Interest</i>	- Tingkat minat atau perhatian terhadap aktivitas belanja di <i>live streaming</i>	Interval
		<i>Feel Good</i>	- Perasaan positif yang dirasakan setelah menggunakan platform belanja.	
		<i>Enjoyment</i>	- Tingkat kenikmatan yang dirasakan selama <i>live streaming</i>	
		<i>Pleasure</i>	- Rasa senang atau puas yang dialami selama menggunakan platform.	
<i>Impulse Buying</i>	kecenderungan dalam kegiatan pembelian yang dilakukan secara spontan, reflek, tiba-tiba dan tanpa mempertimbangkan efek jangka panjang dari kegiatan pembelian tersebut.	<i>Spontanity</i>	- Konsumen membeli produk secara tiba-tiba saat <i>live streaming</i>	Interval
		<i>Power and Compulsion</i>	- Konsumen merasa tidak bisa menahan diri dan harus segera membeli produk selama <i>live streaming</i>	
		<i>Excitement</i>	- Konsumen merasa senang atau bersemangat selama menyaksikan <i>live streaming</i>	
		<i>Disregard for Consequence</i>	- Konsumen merasa tidak peduli terhadap potensi penyesalan setelah membeli produk	

### 3.2.2. Teknik Pengumpulan Data

#### 3.2.2.1. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan cara diperolehnya secara langsung dari subjek/objek penelitian atau narasumber dalam penelitian. Cara peneliti mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan instrumen penelitian. Contohnya menggunakan kuesioner, angket, pedoman wawancara terstruktur, notulen *focus group discussion* (FGD) dan kegiatan survei langsung pada objek penelitian dengan pengukuran atau pengamatan (Darwin Muhammad, 2021). Teknik yang peneliti gunakan yaitu penyebaran kuisisioner atau angket. Data untuk penelitian ini diambil melalui objek penelitian dengan responden pada pengguna platform TikTok mengenai *live streaming*, *impulse buying*, *flow experience*, dan *hedonic pleasure*.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil atau diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data ini didapat dari berbagai sumber literatur baik buku dan laporan jurnal mengenai *live streaming*, *impulse buying*, *flow experience*, dan *hedonic pleasure*.

#### 3.2.2.2. Populasi Sasaran

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017

:136) Dengan demikian, populasi untuk penelitian ini adalah generasi Z pengguna platform TikTok.

### **3.2.2.3. Penentuan Sampel**

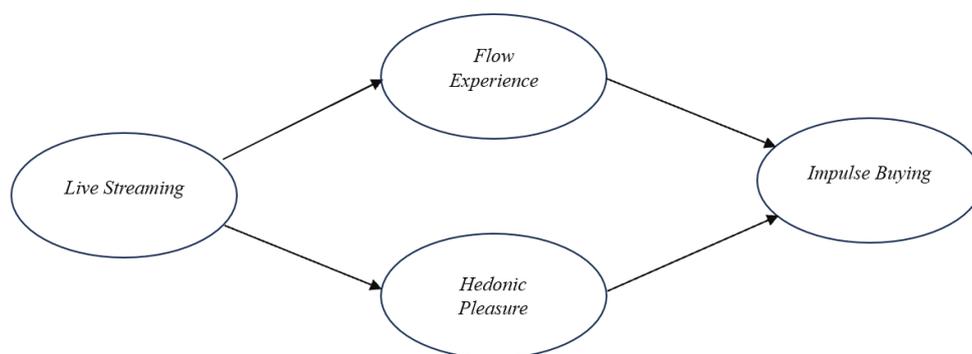
Sugiyono (2017) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Sulyanto (2018) menjelaskan bahwa terdapat rekomendasi ukuran sampel yaitu minimum sebaiknya adalah sebanyak 5-10 kali dari *estimated parameter*. Dalam konteks penelitian ini, *estimated parameter*  $41 \times 5 = 205$  responden.

### **3.2.2.4. Teknik Sampling**

Strategi yang digunakan peneliti untuk memilih sampel yang secara akurat mencerminkan populasi yang diteliti dikenal sebagai prosedur pengambilan sampel. Peneliti menggunakan *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* menurut Sugiyono, (2017:142) merupakan teknik pemilihan sampel yang tidak memberikan kemungkinan atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Secara khusus, teknik pengambilan sampel *non-probability* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan memilih sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Dengan kata lain, sampel dipilih secara sengaja sesuai tujuan dan karakteristik penelitian. Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Pengguna TikTok yang pernah membeli produk di TikTok melalui *Live streaming*
2. Telah menggunakan TikTok sekurang-kurangnya selama 6 bulan
3. Berusia 18-27 tahun





**Gambar 3. 1 Model Penelitian**

### 3.4. Teknik Analisis Data

#### 3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk mempelajari data dengan tujuan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa berusaha menarik kesimpulan yang bersifat umum atau generalisasi. Metode ini dapat menggunakan berbagai alat, seperti tabel, grafik, diagram, perhitungan, serta nilai-nilai statistik seperti modus, median, dan mean (Sugiyono, 2019).

Perhitungan kuesioner menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NJI = \frac{(\text{Nilai tertinggi}-\text{Nilai Terendah})}{(\text{Kriteria Pertanyaan})}$$

#### 3.4.2 Analisa Data Structural Equation Modelling (SEM)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Dengan alat bantu analisa data menggunakan *software* AMOS 24. Menurut Ferdinand (2006), SEM dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*), dan analisis jalur

(*path analysis*) (Sugiyono, 2017:273). Langkah-langkah yang harus dilalui sebagai berikut.

### 3.4.2.1. Pengembangan Model Berbasis Teori

Langkah awal dalam pengembangan model SEM yaitu menemukan dan mengembangkan sebuah model dengan didukung oleh dasar teori yang kuat. Selanjutnya, model diuji dengan empiris melalui penerapan SEM. Menurut Ferdinand, (2006) SEM digunakan untuk membenarkan adanya kausalitas teoritis melalui ujian data empiris dan tidak digunakan untuk menghasilkan kausalitas

**Tabel 3. 2 Konstruk Variabel**

No.	<i>Unobserved Variabel</i>	<i>Construct</i>
(1)	(2)	(3)
1.	<i>Live streaming (LS)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya dapat dengan mudah menemukan sesi <i>live streaming</i> di TikTok melalui halaman utama atau rekomendasi yang sering muncul.</li> <li>- <i>live streaming</i> Tiktok memungkinkan saya untuk berbagi pendapat tentang produk dengan <i>Host</i></li> <li>- Saya tertarik untuk menonton karena interaksi langsung dan demonstrasi produk yang ditunjukkan selama <i>live streaming</i> TikTok</li> <li>- <i>Live streaming</i> TikTok sering memberikan diskon atau penawaran khusus yang membuat membuat saya tertarik menontonnya.</li> <li>- Kualitas visual dan audio dan fitur beli langsung selama <i>live streaming</i> TikTok meningkatkan minat saya terhadap produk</li> </ul>
2.	<i>Flow Experience (FE)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya terkadang tidak menyadari waktu berlalu saat menonton <i>live streaming</i> TikTok</li> <li>- Saya kadang lupa pada pekerjaan yang harus diselesaikan, ketika menonton <i>live streaming</i> TikTok</li> <li>- Saya merasakan pelarian sementara dari dunia nyata ketika menonton <i>live streaming</i> TikTok</li> <li>- Saya tidak mudah terganggu oleh hal lain saat menonton <i>live streaming</i> TikTok</li> </ul>

(1)	(2)	(3)
3.	<i>Hedonic Pleasure</i> (HP)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya mendapatkan kenikmatan pribadi saat mengikuti <i>live streaming</i> di TikTok.</li> <li>- Saya merasa tertarik dengan proses interaktif dan demonstrasi produk selama <i>live streaming</i> di TikTok</li> <li>- Saya merasa antusias dan gembira saat menonton <i>live streaming</i> TikTok yang menawarkan produk.</li> <li>- Saya merasa puas dan senang secara keseluruhan dengan pengalaman menonton <i>live streaming</i> TikTok.</li> </ul>
4.	<i>Impulse Buying</i> (IB)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya tidak merencanakan untuk membeli produk sebelum mengikuti <i>live streaming</i> TikTok atau membeli produk lebih dari yang direncanakan sebelumnya</li> <li>- Saat menonton <i>live streaming</i> TikTok saya merasakan dorongan tiba-tiba untuk membeli sesuatu</li> <li>- Saya merasa sangat antusias saat melihat produk di <i>live streaming</i> TikTok sehingga saya langsung ingin membelinya.</li> <li>- Ketika menonton <i>live streaming</i> TikTok, saya ingin membeli produk yang ditawarkan walaupun saya belum terlalu membutuhkan barang tersebut</li> </ul>

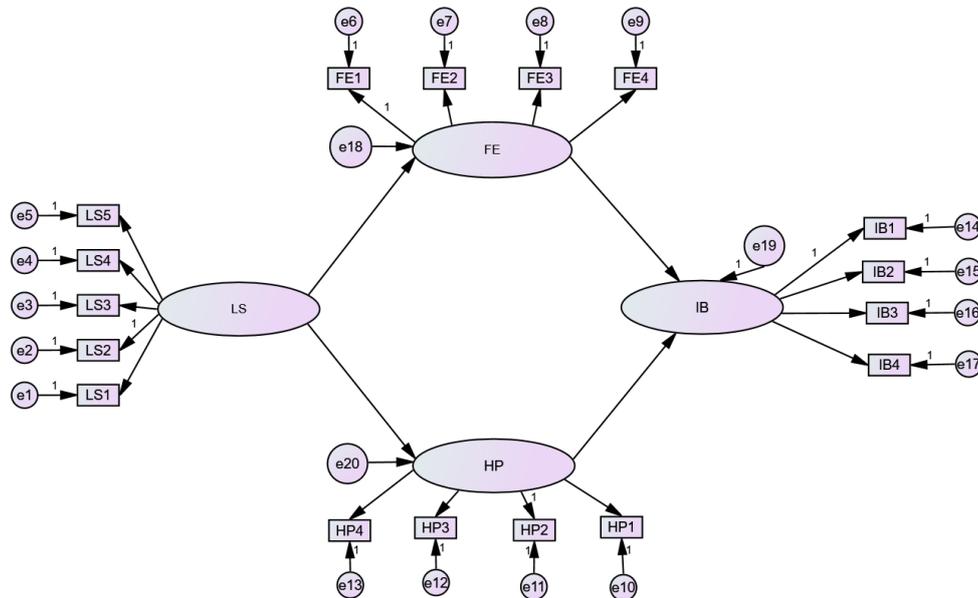
#### 3.4.2.2. Pengembangan Path Diagram

Untuk mempermudah penilaian sebab akibat hubungan kausalitas yang akan diuji, model teoritis yang telah dibangun pada langkah awal digambarkan dalam bentuk jalur diagram. Konstruksi satu sama lain memiliki hubungan kausal secara langsung, seperti yang ditunjukkan oleh tanda anak panah. Sedangkan, garis lengkung yang membedakan dua kelompok ditunjukkan pada bagian struktur satu dengan yang lainnya sebagai berikut:

1. *Exogenous constructs* juga dikenal sebagai *source variables* atau *independent variables* ditetapkan sebagai variabel awal, yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model dan tidak berdampak pada variabel lain. Konstruksi eksogen adalah konstruk yang dituju oleh garis dengan satu ujung panah yaitu *Live Streaming*.
2. *Endogenous constructs* adalah variabel yang dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Konstruksi endogen penting untuk memahami hubungan satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, sedangkan konstruk eksogen hanya dapat

dikaitkan secara kausal dengan konstruk endogen yaitu *Flow Experience*, *Hedonic Pleasure*, dan *Impulse Buying*.

Adapun pengembangan *path diagram* untuk penelitian ini sebagai berikut:



**Gambar 3. 2 Path diagram penelitian dikembangkan, 2024**

### 3.4.2.3. Konversi Path Diagram ke Dalam Persamaan

Pada tahap ini, konversi spesifikasi model ke dalam rangkaian persamaan dapat dimulai. Persamaan yang dibangun akan terdiri dari dua persamaan:

1. Persamaan struktural (*Structural equation*). Persamaan ini dibuat untuk menunjukkan hubungan kausalitas antara berbagai konstruk.
2. Dengan persamaan sebagai berikut:

Variabel endogen = Variabel eksogen + Variabel endogen + *Error* (1).  
 Penelitian ini menunjukkan cara konversi model ke bentuk persamaan struktural sebagaimana dalam tabel berikut:

**Tabel 3. 3 Structural Model**


---


$$Flow\ Experience = Live\ streaming + \alpha 1$$

$$Hedonic\ Pleasure = Live\ streaming + \alpha 2$$

$$Impulse\ buying = Hedonic\ Pleasure + Flow\ Experience + \alpha 3$$


---

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini, 2024

3. Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*). Spesifikasi ini menentukan variabel mana yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang diduga antara konstruk atau variabel (Ferdinand, dalam Suliyanto, 2011:273).

**Tabel 3. 4 Teori Pengukuran**

Variabel Eksogen	Variabel Endogen
$X_1 = \lambda_1 Live\ streaming + \varepsilon_1$	$Y_1 = \lambda_1 Flow\ Experience + \varepsilon_6$
$X_2 = \lambda_2 Live\ streaming + \varepsilon_2$	$Y_2 = \lambda_2 Flow\ Experience + \varepsilon_7$
$X_3 = \lambda_3 Live\ streaming + \varepsilon_3$	$Y_3 = \lambda_3 Flow\ Experience + \varepsilon_8$
$X_4 = \lambda_4 Live\ streaming + \varepsilon_4$	$Y_4 = \lambda_4 Flow\ Experience + \varepsilon_9$
$X_5 = \lambda_4 Live\ streaming + \varepsilon_5$	$Y_5 = \lambda_5 Hedonic\ Pleasure + \varepsilon_{10}$
	$Y_6 = \lambda_6 Hedonic\ Pleasure + \varepsilon_{11}$
	$Y_7 = \lambda_7 Hedonic\ Pleasure + \varepsilon_{12}$
	$Y_8 = \lambda_8 Hedonic\ Pleasure + \varepsilon_{13}$
	$Y_9 = \lambda_9 Impulse\ Buying + \varepsilon_{14}$
	$Y_{10} = \lambda_{10} Impulse\ Buying + \varepsilon_{15}$
	$Y_{11} = \lambda_{11} Impulse\ Buying + \varepsilon_{16}$
	$Y_{12} = \lambda_{12} Impulse\ Buying + \varepsilon_{17}$

Sumber: Data dikembangkan, 2024

#### 3.4.2.4. Memilih Matriks Input dan Estimasi Model

SEM menggunakan input data untuk seluruh estimasi yang hanya menggunakan matriks varians atau kovarians atau matriks korelasi. Untuk matriks kovarian sendiri digunakan karena SEM memiliki keunggulan dalam

menyajikan perbandingan yang valid antara populasi atau sampel berbeda dan tidak dapat disajikan oleh korelasi. (Hair et al., 1995; Ferdinand., 2005 dalam Suliyanto, 2011) merekomendasikan untuk menggunakan matriks varians atau kovarians pada saat pengujian teori. Hal ini dikarenakan untuk memenuhi asumsi-asumsi metodologi dimana *standard error* yang dilaporkan akan menunjukkan angka yang lebih akurat daripada menggunakan matriks korelasi.

#### **3.4.2.5. Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi**

Masalah identifikasi adalah masalah yang terkait dengan ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi spesifik (terdapat beberapa variabel dependen). Jika masalah identifikasi muncul setiap kali estimasi dibuat, model harus dipertimbangkan lagi dengan menambah lebih banyak konstruk.

#### **3.4.2.6. Evaluasi Asumsi SEM**

Asumsi SEM (Structural Equation Modelling), dalam menggunakan SEM diperlukan asumsi-asumsi yang mendasari penggunaannya yaitu:

##### **1. Normalitas Data**

Uji normalitas pada SEM dilakukan dalam dua tahapan. Normalitas setiap variabel diuji pada tahap pertama, dan normalitas *multivariabel* diuji pada tahap kedua. Uji normalitas menunjukkan bahwa setiap variabel normal secara individu, tidak berarti bahwa variabel yang diuji secara bersamaan atau multivariate juga pasti memiliki distribusi normal. Jika *Z-value* lebih besar dari nilai kritis dengan menggunakan kritis nilai sebesar kurang lebih 2,58 pada tingkat

signifikansi 0,01, maka distribusi data dianggap tidak normal (Suliyanto, 2011:274).

## 2. Jumlah Sampel

Umumnya pengguna SEM membutuhkan sampel dalam jumlah yang besar. Ukuran sampel untuk pengujian model dengan menggunakan SEM yaitu antara 100-200 sampel atau 5 sampai 10 kali jumlah parameter yang digunakan dalam seluruh variabel laten (Suliyanto, 2011:69).

## 3. *Outliers*

Observasi atau data dengan karakteristik unik yang berbeda jauh dari observasi lainnya, baik untuk variabel tunggal maupun kombinasi variabel disebut outlier. dengan *Z-score* yang lebih tinggi atau lebih rendah dari 3. Evaluasi *multivariate outliers* diperlukan karena data yang tidak menjadi *outlier* pada tingkat *univariate* dapat menjadi *outlier* ketika variabel digabungkan (Suliyanto, 2011:274).

## 4. *Multicollinearity dan Singularity*

Suatu model dapat diidentifikasi secara teoritis, tetapi karena masalah empiris seperti tingginya multikolinearitas pada setiap model tidak mungkin untuk diselesaikan. Tempat untuk mengamati adalah determinan dari matriks kovarian sampelnya. Adanya multikolinearitas atau singularitas menunjukkan adanya nilai yang kecil atau tidak sama dengan nol, menunjukkan data tidak dapat digunakan (Suliyanto, 2011:274).

### 3.4.2.7. Evaluasi Kinerja *Goodness-of-fit*

*Goodness-of-fit* yaitu pengujian terhadap kesesuaian model melalui berbagai kriteria. Beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off value* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak adalah sebagai berikut:

#### 1. Indeks Kesesuaian dan *Cut-off Value*

Kesesuaian model dapat diuji dengan menggunakan berbagai cara, jika asumsi telah terpenuhi. Dalam analisis SEM tidak ada alat uji statistik tunggal untuk menguji hipotesis mengenai model. Indeks kesesuaian dan *cut-off value* untuk menguji apakah sebuah model diterima atau ditolak dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa kriteria (Ferdinand, 2005 dalam Suliyanto, 2011), antara lain:

- a.  $\chi^2$  *chi-square statistic*, model dapat diterima bila nilai *chi-square-nya* rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* semakin baik model tersebut dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off-value*  $> 0,05$  atau  $p > 0,10$ .
- b. RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), dapat menunjukkan *goodness of fit* yang diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai  $RMSEA \leq 0,08$  mengindikasikan model yang baik merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model ini berdasar pada *degree of freedom*.
- c. GFI (*Goodness of Fit Index*), merupakan 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*".

- d. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), jika nilai AGFI sama dengan atau lebih besar dari 0,90 maka model dapat diterima.
- e. CMIN/DF yaitu *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *degree of freedom*. CMIN/DF tidak lain adalah *statistic chi square* x2 dibagi DF-nya disebut x2 relatif. Bila nilai x2 relatif kurang dari 2,0 atau 3,0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.
- f. TLI (*Tucker Lewis Index*), nilai TLI berkisar 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kesesuaian model yang lebih baik. Model dianggap menunjukkan kesesuaian yang baik atau “*very good fit*” jika nilai TLI  $\geq 0,95$ .
- g. CFI (*Comperative Fit Index*), nilai CFI berkisar antara 0 sampai 1, dengan nilai yang direkomendasikan yaitu CFI  $\geq 0,95$ .

**Tabel 3. 5 Goodness-of-fit index**

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>
$X^2$ <i>chi square</i>	Diharapkan kecil
<b>R M S E A</b>	$\leq 0.08$
<b>G F I</b>	$\geq 0.90$
<b>A G F I</b>	$\geq 0.90$
<b>C M I N / D F</b>	$\leq 2.00$
<b>T L I</b>	$\geq 0.95$
<b>C F I</b>	$\geq 0.95$

Sumber: (Ferdinand, 2005 dalam Suliyanto, 2011)

#### **3.4.2.8. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Dalam memastikan keandalan suatu instrument pada penelitian kuantitatif.

Terdapat dua standar baku yang paling umum digunakan yaitu:

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Sebuah indikator dikatakan layak sebagai penyusun konstruk variabel jika memiliki *loading factor*  $\geq 0,40$  (Hair et al., 2009; 678).

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada seberapa stabil dan konsisten sebuah data atau temuan (Sugiyono, 2017). Data akan tetap sama jika subjek yang sama diukur beberapa kali. Uji reliabilitas yang digunakan adalah reliabilitas konstruk dan ekstrak varian, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Construct reliability} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{(\sum \text{std.loading})^2 + \sum \epsilon.j}$$

Tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,7 (Ferdinand, 2005; dalam Suliyanto, 2011:275). Selanjutnya, varian ekstrak yang menunjukkan jumlah variasi indikator yang dihasilkan dari konstruk laten yang dikembangkan memiliki nilai paling sedikit 0,50 (Ghozali, (2005) dalam Suliyanto, (2011:294)), dengan rumus:

$$\text{Variance extracted} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{(\sum \text{std.loading})^2 + \sum \epsilon.j}$$

#### 3.4.2.9. Evaluasi atas *Regression Weight* sebagai Pengujian Hipotesis

Evaluasi model dalam analisis SEM dilakukan melalui pengamatan terhadap nilai *Critical Ratio* (CR) yang dihasilkan. Nilai CR ini identik dengan uji-t (*Cut off value*) dalam regresi. Kriteria pengujian hipotesis adalah:

Ho diterima jika  $C.R \leq \text{Cut off Value}$

Ho ditolak jika  $C.R \geq \text{Cut off Value}$

Selain itu, pengujian juga dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai probabilitas (p) untuk masing-masing nilai *Regression Weight*. Nilai p ini kemudian dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah  $\alpha = 0,05$  atau 5%. Keputusan yang diambil adalah hipotesis penelitian diterima jika probabilitas (p) lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  (Ferdinand, 2006).

#### **3.4.2.10. Interpretasi dan Modifikasi Model**

Interpretasi dan modifikasi model SEM dilakukan jika model awal yang dihasilkan tidak memenuhi kriteria dan perlu perbaikan agar model dapat menjelaskan data secara lebih baik. Menurut Ferdinand, (2005) dalam Suliyanto, (2011:275), pedoman untuk mempertimbangkan perlu tidaknya memodifikasi sebuah model adalah dengan melihat jumlah residual yang dihasilkan oleh model. Jika terdapat nilai residual yang lebih besar atau sama dengan 2,58, maka hal ini dapat diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%.

#### **3.4.2.11. Pengujian Hipotesis Mediasi**

Pengujian hipotesis mediasi dalam penelitian ini menggunakan efek mediasi paralel dengan menggunakan pendekatan bootstrap (Kusnendi dan Ciptagustia, 2023). Pengujian ini dapat muncul pada software AMOS dalam bagian *User defined estimand*. *User defined estimand* adalah kemampuan bawaan AMOS untuk menampilkan statistik yang tidak ditampilkan secara otomatis oleh AMOS. Hasil *P-value* dari pengujian *Parallel Indirect Effect (PIE)* *User defined estimand* pada AMOS ini kemudian di bandingkan dengan *P-value* 0,05.

$P\text{-Value} < 0,05 = \text{signifikan}$

$P\text{-Value} > 0,05 = \text{tidak signifikan}$