

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan menggunakan data terukur sehingga dapat di tarik suatu kesimpulan. dari jenis pengambilan data maka penelitian ini termasuk penelitian survey, penelitian berbentuk survey hampir sama dengan pengamatan, tapi diajukan pertanyaan dari peneliti kepada subjek peneliti, ini di lakukan melalui daftar pertanyaan yang harus diisi subjek penelitian dan di kirim kembali ke peneliti. Sugiyono, (2015:4) pada penelitian kali ini peneliti melakukan kuisisioner yang disebar untuk mengetahui pengaruh kualitas, pengalaman, nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan yang sedang berkunjung atau membeli produk di *café shop* starbucks dan excelso. Ada pun kuisisioner memuat pertanyaan-pertanyaan yang tentunya diharapkan bisa didapatkan jawaban sesuai yang dibutuhkan oleh peneliti.

Dari sumber data maka penelitian ini merupakan penelitian primer. Penelitian primer adalah penelitian yang sumber datanya dari memperoleh sendiri langsung pada objek penelitian di lapangan. Sugiyono, (2015:4) pada penelitian ini data yang di peroleh dari hasil penyebaran survey terhadap pengunjung di *café shop* starbucks dan excelso. Berdasarkan *Horizon* waktu penelitian ini ketegori *one shot*. Ada pun yang di maksud dengan penelitian *one shot* adalah penelitian yang proses pengumpulan datanya hanya di lakukan satu kali. dalam penelitian ini pengumpulan

datanya hanya satu kali setelah kuisisioner yang disebarakan ke pelanggan terkumpul dan siap untuk diolah oleh peneliti.

Berdasarkan tujuan unit analisis yang dijadikan acuan dalam menjawab masalah maka ini termasuk penelitian individu. Ada pun penelitian individu merupakan penelitian yang menggunakan subyek individu sebagai unit yang dianalisis Sugiyono, (2015:4) dalam penelitian kali ini setiap pengunjung *café shop* starbucks dan excelsa akan di beri kuisisioner kemudian jawaban dari kuisisioner tersebut akan dianalisis oleh peneliti.

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Wilayah geografis untuk penelitian ini di kota Surabaya, dan waktu penelitian dimulai dari bulan Juni-juli 2018, terkait kualitas produk, kualitas layanan, pengalaman, nilai fungsional, nilai simbolik, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di *café shop* Starbucks dan Excelso.

3.3 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu sifat, objek, atau organisasi yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2015:38). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (PK)
2. Variabel kualitas layanan (KL)
3. Variabel pengalaman (PL)
4. Variabel nilai fungsional (NF)
5. Variabel nilai simbolik (NS)

6. Variabel Kepuasan Pelanggan (PK)
7. Variabel loyalitas pelanggan (LP)

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Definisi Operasional

1. Kualitas produk

Kualitas produk adalah : tingkat seberapa baik spesifikasi produk sesuai dengan harapan pelanggan. Hueiju Yu dan Wenchang Fang (2014:1274). Ada pun indicator kualitas produk sebagai berikut :

- a. Kopi di starbucks/Excelso berkualitas
- b. Rasa kopi di Starbucks/Excelso berkualitas
- c. Kopi di Starbucks/Excelso murni

2. Kualitas layanan

Kualitas layanan adalah : tingkat seberapa baik pelayanan memenuhi kebutuhan pelanggan. Hueiju Yu dan Wenchang Fang (2014:1274). Ada pun indicator untuk kualitas layanan sebagai berikut :

- a. Layanan di Starbucks/Excelso bagus
- b. Starbucks/Excelso melakukan yang terbaik untuk memuaskan pelanggan
- c. Puas dengan layanan yang disediakan oleh Starbucks/Excelso

3. Pengalaman

Pengalaman adalah : Kesan pelanggan terhadap sesuatu keadaan yang di alami dalam bentuk layanan yang di berikan. Hueiju Yu dan

Wenchang Fang (2014:1274). Ada pun indicator pengalaman sebagai berikut :

- a. Pengalaman mengkomsumsi di Starbucks/Excelso memberikan ingatan yang baik
- b. Terkesan dengan dekorasi Starbucks/Excelso
- c. Kesan pelanggan lain di Starbucks/Excelso bagus

4. Nilai fungsional

Nilai fungsional adalah nilai yang di dapat dari pelayanan yang diberikan dalam bentuk, kenyamanan, kemudahan, manfaat yang secara langsung dapat di rasakan oleh pelanggan. Chen and Hu (2010) Adapun indicator nilai fungsional sebagai berikut :

- a. Starbucks/Excelso membuat saya merasa nyaman
- b. Starbucks/Excelso mudah ditemukan
- c. Starbucks/Excelso memberikan layanan yang baik dengan harga yang wajar
- d. Starbucks/Excelso selalu konsisten
- e. Starbucks/Excelso menawarkan nilai terbaik untuk uang

5. Nilai simbolik

Nilai simbolik adalah nilai yang didapat dari layanan yang di berikan dalam hal peningkatan diri, penilaian emosional, gaya dan reputasi. Chen and Hu (2010) Ada pun indikator nilai simbolik adalah sebagai berikut

- a. Starbucks/Excelso memperbaiki cara merasakan kopi
- b. Starbucks/Excelso membantu membuat kesan yang baik

- c. Starbucks/Excelso membuat saya senang
- d. Starbucks/Excelso Menarik
- e. Starbucks/Excelso memberikan kesenangan
- f. Starbucks/Excelso gaya berbeda
- g. Starbucks/Excelso memikirkan dengan baik cara menyajikan kopi
- h. Starbucks/Excelso Memiliki reputasi yang baik

6. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kesesuaian layanan dan harapan. Yu-Te Tu (2012) adapun indikator untuk kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

- a. Kepuasan pelanggan Starbucks/Excelso
- b. Kesesuaian layanan dengan harapan pelanggan Starbucks/Excelso
- c. Nilai baik layanan Starbucks/Excelso
- d. Kepuasan layanan Starbucks/Excelso

7. Loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah : strategi yang menciptakan imbalan bersama untuk menguntungkan perusahaan dan pelanggan. Yu-Te Tu (2012) Adapun indicator untuk loyalitas pelanggan sebagai berikut :

- a. Lebih sering membeli
- b. Mengeluarkan uang untuk mencoba produk atau layanan baru
- c. Merekomendasikan produk dan layanan kepada orang lain
- d. Memberikan saran yang tulus kepada perusahaan.

3.4.2 Skala Pengukuran

Variabel kualitas produk, kualitas layanan, pengalaman, nilai fungsional, nilai simbolik, kepuasan dan loyalitas pelanggan menggunakan skala interval dengan Teknik *Skala Likert*. *Skala Liker* ini umumnya digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif berupa kata-kata antara lain : setuju - tidak setuju. Sugiyono (2015 : 93)

Teknik *skala likert* yang digunakan dalam penelitian ini ada *skala likert* poin 1-7. Alasan menggunakan *skala likert* poin 1-7 karena dengan menggunakan *skala Likert* poin 1-7 pemilihan kategori dalam kuesioner akan menjadi lebih spesifik. Hal tersebut akan memberikan kesempatan kepada responden untuk dapat memilih keinginan mereka secara lebih spresifik. Skala rendah (skor 1) menunjukkan bahwa responden merasa sangat tidak setuju, sebaliknya skala tinggi (skor 7) menunjukkan bahwa responden merasa sangat setuju. Untuk setiap pertanyaan responden diminta untuk melingkari pada setiap pilihan jawaban, dengan skor jawaban sebagai berikut :

- a. Jawaban skor 7 : Apabila responden sangat setuju dengan pertanyaan tersebut.
- b. Jawaban skor 6 : Apabila responden setuju dengan pertanyaan tersebut.
- c. Jawaban skor 5 : Apabila responden agak setuju dengan pertanyaan tersebut.
- d. Jawaban skor 4 : Apabila responden netral dengan pertanyaan tersebut.

- e. Jawaban skor 3 : Apabila responden agak tidak setuju dengan pertanyaan tersebut.
- f. Jawaban skor 2 : Apabila responden tidak setuju dengan pertanyaan tersebut.
- g. Jawaban skor 1 : Apabila responden sangat tidak setuju dengan pertanyaan tersebut.

Tabel 3.1
Interval Kelas

Interval	Kategori	Keterangan
$1,00 \leq X \leq 1,86$	1	Sangat tidak setuju
$1,87 \leq X \leq 2,72$	2	Tidak setuju
$2,73 \leq X \leq 3,58$	3	Agak tidak setuju
$3,59 \leq X \leq 4,44$	4	Netral
$4,45 \leq X \leq 5,30$	5	Agak setuju
$5,31 \leq X \leq 6,16$	6	Setuju
$6,17 \leq X \leq 7,00$	7	Sangat setuju

3.5 Populasi dan Teknik pengambilan sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang di miliki subjek atau objek yang diteliti. Sugiyono (2015:80) Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung/pembeli dan pelanggan yang pernah membeli produk yang ada di *café shop* Starbucks/ Excleso di Surabaya.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik, yang dimiliki oleh populasi itu tersebut. Sugiyono (2015:81). Jumlah sampel minimal 5 kali parameter yang diestimasi atau minimal 100. Hair, *et al.*, (2010:637) Indikator/parameter yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 35. Untuk memenuhi minimum jumlah sampel, maka $35 \times 5 = 175$ responden. Sehingga responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 175×2 (Starbucks dan Excelso) = 350 responden yang merupakan pengunjung/pembeli yang ada di Starbucks dan Excelso di Surabaya.

3.5.2 Teknik pengambilan sampel

Teknik pengukuran sampel yang digunakan untuk penelitian ini yaitu teknik metode *purposive sampling*, yaitu sebuah proses pengambilan sampel dimana tidak dibatasi melainkan karena mudah dijangkau dan mudah didapat. Untuk tempat pengambilan sampel adalah seluruh pelanggan yang mengunjungi *cafe shop* Starbucks dan Excelso di Tunjungan Plaza, Galaxy Mall, Surabaya Towns Square dan Grand City. Ada pun metode pembagian kuisioner diberikan langsung kepada pengunjung yang datang ke *café shop* Starbucks dan Excelso di Tunjungan Plaza, Galaxy Mall, Surabaya Towns Square dan Grand City.

Dalam pengambilan sampel, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi di antaranya sebagai berikut :

1. Pada tingkat *café shop* (*purposive*)
 - a. Starbucks di Surabaya : total gerai starbucks di Surabaya sebanyak 16 geray, dan Excelso di Surabaya : total geray excelso di Surabaya sebanyak 13 garai.
 - b. Kriteria *café shop* yang di pilih adalah : *café shop* yang berada dalam satu lokasi, dimana didalamnya terdapat starbucks dan excelso sekaligus, penggunaan kriteria ini karena dengan berada dalam satu lokasi yang sama peneliti dapat lebih mudah dan terjangkau dalam membagikan kuisisioner kepada pengunjung di starbucks dan excelso dan dari segi waktu lebih efisien karena lokasinya berada dalam satu lokasi yang sama yaitu pada lokasi Tunjungan Plaza Surabaya, Galaxy Mall Surabaya, Grand City Mall Surabaya dan Surabaya Town Square.
2. Pada tingkat responden (*purposive sampling*)
 - a. Usia : untuk pengisian kuisisioner peneliti memberikan Batasan umur kepada responden agar lebih efektif dalam mengisi kuisisioner yaitu pada usia 18 tahun ke atas.
 - b. Frekuensi kunjungan : peneliti memilih responden yang memiliki frekuensi berkunjung minimal 1 kali dalam sebulan terakhir.

3.6 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen penelitian yang dipakai adalah kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Sugiyono

(2015 : 142). mendefinisikan kuisioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab dalam alternative yang didefinisikan dengan jelas. Adapun kisi-kisi pertanyaan disajikan pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Kisi - Kisi Pertanyaan

No	Variabel	Item Rujukan	Item Pernyataan
1	Kualitas Produk (KP) (Fu and Fang 2009)	<i>I recognise that the quality of coffee is good in Starbucks.</i>	Kopi di Starbuck/excelso berkualitas
		<i>I recognise that the taste of coffee is good in Starbucks.</i>	Rasa kopi di starbuck/excelso enak
		<i>I recognise that the purity of coffee is good in Starbucks.</i>	Kopi di starbuck/excelso murni.
		<i>Coffee aroma</i>	Aroma kopi di starbucks/excelso mantap
		<i>Coffee temperature</i>	Panas kopi starbucks/excelso saat di sajikan pas bagi saya
2	Kualitas Layanan (KL) (Fu and Fang 2009)	<i>I recognise that the service is good in Starbucks.</i>	Layanan di starbuck/excelso bagus
		<i>I recognise that Starbucks does its best to satisfy me.</i>	Starbucks/excelso melakukan yang terbaik untuk memuaskan saya
		<i>I recognise that I am satisfied with service provided by Starbucks.</i>	Puas dengan layanan yang disediakan oleh Starbucks/excelso
		<i>Attentive employee</i>	Sikap kariawan starbucks/excelso menunjukkan bahwa mereka paham kebutuhan saya
		<i>Cleanliness of coffee shop</i>	Konter layanan di starbucks/excelso bersih

No	Variabel	Item Rujukan	Item Pernyataan
3	Pengalaman (PL) (Fu and Fang 2009)	<i>I recognise that the consuming experience in Starbucks gives me a good memory.</i>	pengalaman mengonsumsi di Starbucks/ excelsa memberi saya ingatan yang baik
		<i>I recognise that I am impressed with the decoration of Starbucks.</i>	Terkesan dengan dekorasi Starbucks/excelso
		<i>I recognise that the impression of other customers in Starbucks is good.</i>	kesan pelanggan lain di Starbucks/excelso bagus
4	Nilai Simbolik (NS) (Chen and Hu 2010)	<i>Improves the way I am perceived</i>	Starbucks/Excelso memperbaiki cara merasakan kopi
		<i>Helps me make a good impression on people</i>	Starbucks/excelso Membantumembuat kesan yang baik pada orang.
		<i>Makes me feel delighted</i>	Starbucks/Excelso membuat saya senang.
		<i>Is appealing</i>	Starbucks/ excelsa menarik
		<i>Gives me pleasure</i>	Satrbucks/excelso Memberi saya kesenangan
		<i>Is stylish</i>	Starbucks/Excelso memberikan gaya berbeda
		<i>Is well thought of</i>	Starbucks/Excelso memiikikan dengan baik cara menyajikan kopi.
		<i>Has a good reputation</i>	Starbucks/Excelso Memiliki reputasi yang baik
5	Nilai Fungsional (NF)	<i>Is convenient for me</i>	Starbuck/Excelso membuat saya merasa nyaman.
		<i>Is easy to locate</i>	Starbucks/Excelso Mudah ditemukan.

No	Variabel	Item Rujukan	Item Pernyataan
	(Chen and Hu 2010)	<i>Provides good service at a reasonable price</i>	Starbucks/Excelso memberikan layanan yang baik dengan harga yang wajar
		<i>Is consistent</i>	Starbucks/Excelso selalu Konsisten
		<i>Is outstanding</i>	Starbucks/Excelso luar biasa dalam melayani saya
		<i>Offers good value for money</i>	Starbucks/Excelso menawarkan nilai terbaik untuk uang
6	Kepuasan pelanggan (PK) Yu-Te Tu, (2012)	<i>Customer satisfaction</i>	Kepuasan pelanggan Starbucks/ Excelso
		<i>service conformity with consumer expectations</i>	kesesuaian layanan dengan harapan pelanggan
		<i>good service value</i>	nilai baik layanan Starbucks/Excelso
		<i>service satisfaction</i>	Kepuasan layanan Starbucks/Excelso
7	Loyalitas Pelanggan (LP) Yu-Te Tu, 2012	<i>purchase more frequently</i>	Lebih sering membeli
		<i>spend money on trying new products or services</i>	mengeluarkan uang untuk mencoba produk atau layanan baru
		<i>recommend products and services to others</i>	merekomendasikan produk dan layanan kepada orang lain
		<i>give companies sincere suggestions</i>	memberikan saran yang tulus kepada perusahaan.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. kuesioner dikatakan valid jika pernyataan yang ada pada kuesioner dapat mengungkapkan suatu yang akan diukur. Ghazali, (2013:131). Valid atau tidaknya alat ukur tersebut dapat di uji dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total variabel.

Menurut Azwar, (2013) tidak ada batasan universal yang menunjuk kepada angka minimal yang harus dipenuhi agar suatu tes dikatakan valid. Suatu hal yang harus disadari, bahwa dalam estimasi validitas pada umumnya tidak dapat di tuntutan suatu koefisien yang tinggi sekali sebagaimana halnya dalam interpretasi koefisien reliabilitas. signifikansi yang tidak begitu tinggi katakanlah berada disekitar angka 0,05 akan lebih dapat di terima dan di anggap memuaskan dari pada koefisien reliabilitas dengan angka yang sama. namun apabila koefisien validitas itu kurang dari pada 0,05 biasanya di anggap sebagai tidak memuaskan. angka ini di tetapkan sebagai konvensi yang didasarkan pada asumsi distribusi skor dari kelompok subyek yang berjumlah besar. Dari uraian tersebut, dapat di simpulkan bahwa :

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ berarti dianggap valid
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti dianggap tidak valid

4.7.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel. kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Ghazali (2013 :132). Kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Jika nilai *alpha cronbach* $> 0,60$, berarti pernyataan reliabel

- b. Jika nilai *alpha cronbach* $< 0,60$, berarti pernyataan tidak reliabel

4.8 Data dan Metode Pengumpulan Data

4.8.1 Data

Data pada penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung melalui hasil survey dengan mengedarkan kuisisioner kepada para responden.

4.8.2 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan adalah mengajukan daftar pertanyaan berbentuk kuisisioner pada pengunjung *café shop* starbucks dan exleso di Tunjungan Plaza dengan cara membagikan kuisisioner kepada pelanggan yang sedang mengunjungi/menikmati produk dan pelanggan yang pernah membeli produk di *café shop* Starbucks dan Excelso, dimana mereka memberi jawaban atas pertanyaan pada kuisisioner dengan menjawab menggunakan pilihan jawaban yang sudah disediakan, yaitu memilih melingkari jawaban sangat setuju, setuju, agak setuju, netral, agak tidak setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Setelah data terkumpul lalu diolah untuk melakukan analisis data.

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang dipilih untuk menganalisis data dan menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah *The Structural Equation Model* (SEM). Untuk menjawab hipotesis digunakan *Partial Least Square* (PLS). Menurut Ghazali (2012:41) perhitungan dilakukan dengan menggunakan alat Bantu *SmartPLS*, dikarenakan berbentuk multi jalur dan model yang digunakan berbentuk Reflektif.

Model perhitungan dilakukan dengan menggunakan alat bantu *SmartPLS* dikarenakan dalam penelitian ini memiliki hubungan multi jalur dan berbentuk formatif dan reflektif. Model formatif adalah model yang menunjukkan arah hubungan dari indikator ke *variable* laten. Model reflektif adalah model yang menunjukkan hubungan dari *variable* laten ke indikatornya.

3.9.1 *Goodness-of-Fit Outer Model*

Dengan *goodness-of-fit outer model*, dapat diketahui validitas dan reliabilitas instrument. Apabila apa yang diinginkan dalam sebuah peneitian dan dapat diungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat, berarti instnimen tersebut dikatakan valid. Kecermatan dan ketelitian adalah kedua prinsip validitas yang tidak dapat dipisahkan. Uji validitas harus dilakukan supaya dapat diketahui apakah instrumeu dalam peneitian tersebut valid atau lidak. Valid atau tidaknya sebuah peneitian dilihat dari nilai koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya pada taraf signifikansi yang dipilih.

Pengujian validasi pada *Partial Least Square* (PLS) dilakukan dengan *goodness-of-fit outer model*. Model tersebut dievaluasi menggunakan *convergent validity* juga *discriminant validity* dari indikatornya dan *composite reliability* untuk reliabilitas blok indikatornya . Ghozali, (2014).

1. *Convergent validity*

Convergent validity digunakan untuk mengukur apakah setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari konsep yang diukur. Dalam peneitian ini, *loading factor* yang digunakan adalah 0,5 sampai dengan 0,6 dianggap cukup, karena merupakan tahap awal pengembangan

skala pengukuran dan jumlah indikator per konstruk tidak besar, berkisar antara 3 sampai 7 indikator.

2. *Discriminant validity*

Discriminant validity berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (*manifest variable*) konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Cara untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan membandingkan nilai *cross loading*, yang mana dapat dikatakan memenuhi *discriminant validity* bila nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan terhadap variabel lainnya.

3. *Composite reliability*

Composite reliability menunjukkan derajat yang mengindikasikan *common latent (unobserved)*, sehingga dapat menunjukkan indikator blok yang mengukur konsistensi internal dari indikator pembentuk konstmk. Nilai batas yang diterima untuk tingkat *Composite reliability* adalah 0,7, walaupun bukan merupakan standar absolut.

3.9.2 *Goodness-of-Fit Inner Model*

Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluast dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen. *Stone-Geisser Q-square test* untuk model struktural, megukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

Dalam menilai model dengan *Partial Least Square (PLS)* dimulai dengan melihat *R-square* pada setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan

interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Di samping melihat nilai *R-square*, model *Partial Least Square* (PLS) juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* > 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*; sebaliknya jika nilai *Q-Square* ≤ 0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini selaras dengan koefisien determinasi total R_m^2 pada analisis jalur (*path analysis*).

3.9.3 Uji Hipotesis

Sedangkan uji t merupakan pengujian hipotesis. Bilamana diperoleh *p-value* $< 0,05$ (alpha 5 %). maka disimpulkan signifikan, dan sebaliknya. Apabila hasil pengujian hipotesis pada *outier model* signifikan, hal ini menunjukkan bahwa indikator dapat digunakan untuk instrumen pengukur variabel laten. Sedangkan apabila hasil pengujian untuk *inner model* adalah signifikan, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel laten terhadap variabel laten lainnya. (Ghozali, 2014).

Nilai t akan didapatkan dari proses *bootstrapping* dengan nilai *cut off points* sebesar $> 1,96$ (tingkat *error* 5%). Apabila nilai t yang didapat dari *loading factor* di atas 1,96 maka dapat dinyatakan bahwa sebuah variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel yang lain. (Ghozali, 2014).