

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis tentang hubungan pemasaran, harga, kualitas pelayanan, yang di mediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Jasa traveloka di Surabaya. Penelitian ini menggunakan empat perspektif, yaitu jenis penelitian berdasarkan tujuan penelitian, metode pengumpulan data, perspektif yang berkaitan dengan tingkatan, dan dimensi waktu.

Berdasarkan pada tujuan penelitian ini bersifat kausal. Studi kausal (sebab-akibat) dimana peneliti ingin menjelaskan adanya hubungan antar *variable* yang diteliti, yaitu hubungan pemasaran, harga, kualitas pelayanan, yang di mediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelayanan pada Traveloka di Surabaya.

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan metode survey dimana peneliti menggunakan pertanyaan kepada responden di wilayah Surabaya dalam bentuk kuesioner. Kuesioner ini akan diisi secara langsung oleh responden, sehingga data yang telah terisi bersifat subjektif karena diperoleh secara langsung dari responden.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan sebuah pertanyaan-pertanyaan kepada para responden untuk dijawab. Serta merupakan teknik pengumpulan data yang lebih efisien untuk pengukuran

variabel untuk para responden tersebut. Kuesioner sangat efektif digunakan jika jumlah para responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini bersifat *cross-sectional* karena data dilakukan dalam satu kali dan mencerminkan potret dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu dan didapat melalui kuesioner yang telah disebar di wilayah Surabaya.

3.2 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari adanya keterbatasan operasional dan sumbernya yang digunakan. Terdapat batasan dimana untuk proses dan hasilnya sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel penelitian ini hanya berfokus pada Hubungan Pemasaran, harga, Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas, dan Kepuasan Pelanggan sebagai mediasi sedangkan Loyalitas Pelanggan adalah variabel terikat.
2. Sampel yang digunakan adalah responden yang ada di wilayah Surabaya yang tentunya pernah menggunakan dan akan menggunakan jasa Traveloka

3.3 Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini peneliti menggunakan lima jenis variabel, variabel-variabel tersebut adalah variabel independen, dependen dan mediasi.

Variabel independen (x) :

- Hubungan pemasaran
- Harga
- Kualitas pelayanan

Variable Dependen (Y) :

- Loyalitas pelanggan

Variable Mediasi (*Intervening*)

- Kepuasan pelanggan

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel dan pengukuran variabel di penelitian ini mempunyai hubungan sebab akibat agar penelitian ini tetap berjalan sesuai dengan tujuan dan tidak menyimpang dari apa yang telah dirancang, maka perlu dijabarkan definisi operasional dari variabel beserta cara pengukurannya yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

3.4.1 Definisi Operasional

A. Variabel Independent (X)

1. Hubungan Pemasaran

Hubungan pemasaran adalah pendapat responden mengenai hubungan perusahaan perusahaan Traveloka dengan pelanggan yang dapat dijelaskan dengan indikator sebagai berikut :

a) *Financial Ties*

Penghematan ekonomis seperti pemberian promo ,diskon dan hadiah yang diberikan oleh Traveloka

b) *Social Ties*

Terdapat ikatan sosial antara perusahaan Traveloka dengan pelanggan maupun pelanggan satu dengan pelanggan lainnya dan mempertahankan rasa emosional pelanggan maupun Traveloka

c) *Structural Ties*

Perasaan aman dan nyaman pelanggan terhadap perusahaan Traveloka

2. Harga

Harga adalah pendapat responden mengenai persepsi harga yang ditetapkan mengandung kegunaan tertentu dan sesuai yang diberikan perusahaan Traveloka dengan pelanggan, dapat dijelaskan dengan indikator sebagai berikut :

- a) Keterjangkauan harga yang diberikan Traveloka terjangkau untuk semua pelanggan
- b) Kesesuaian harga dengan kualitasnya Harga yang diberikan Traveloka sesuai dengan kualitas yang diberikan
- c) Daya saing Harga yang diberikan Traveloka cukup bersaing dengan perusahaan lainnya
- d) Kesesuaian harga dengan manfaatnya Harga yang diberikan Traveloka sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah pendapat responden mengenai segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan Traveloka guna memenuhi harapan pelanggan, adapun indikator yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a) Berwujud

Traveloka menyediakan bentuk fisik layanan berupa website maupun aplikasi untuk mempermudah pelanggan

b) Kehandalan

Traveloka memberikan kemampuan dan kehandalan dalam menyediakan pelayanan yang terpercaya

c) Daya tanggap

Traveloka sanggup untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara tepat, serta tanggap terhadap keinginan pelanggan

d) Jaminan

Traveloka memberikan kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan

B. Variabel dependent (Y)

Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah pendapat responden mengenai perilaku atau respon yang diberikan perusahaan Traveloka dan dirasakan pelanggan dengan melihat kinerja atau hasil yang diharapkan, dapat dijelaskan dengan indikator sebagai berikut:

a) Kesesuaian harapan

kesesuaian antara kinerja produk jasa Traveloka yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan

b) Minat berkunjung kembali

kesediaan pelanggan untuk menggunakan kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk jasa Traveloka

- c) Kesediaan merekomendasikan
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk jasa Traveloka yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga

C. Variabel Intervening

Loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah pendapat responden mengenai perilaku pelanggan dengan kesan yang positif terhadap produk jasa yang diberikan perusahaan Traveloka dan dijelaskan dengan Indikator sebagai berikut:

- a) Melakukan pembelian secara teratur
Menggunakan jasa Traveloka secara teratur dan sering
- b) Kesetiaan terhadap pembelian produk/menolak produk lainnya
Setia terhadap jasa Traveloka
- c) Menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan tidak terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya.

Tidak Terpengaruh dengan tarikan atau tawaran perusahaan selain Traveloka

3.4.2 Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini pengukuran variabel yang menggunakan kuesioner, yang bertujuan untuk mengetahui pendapat dari para responden yang telah mengisi kuisisioner. Kriteria penilaian indikator ini pernyataan atau pertanyaan yang diberikan kepada para responden.

Kriteria penilaian indikator pernyataan yang diberikan kepada para responden seperti tabel 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1
KRITERIA PENILAIAN INDIKATOR

A	SANGAT SETUJU (SS)	5
B	SETUJU (S)	4
C	NETRAL (N)	3
D	TIDAK SETUJU (TS)	2
E	SANGAT TIDAK SETUJU (STS)	1

Sumber: Diolah Peneliti

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80) dalam jurnal (Risma Dwi Komala, Nellyaningsih, 2017).

Populasi yang diambil untuk penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Surabaya yang menggunakan jasa traveloka

Sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:120) dalam jurnal (Risma Dwi Komala, Nellyaningsih, 2017). Sampel, metode yang digunakan adalah metode sampel non-probabilitas, dimana tidak semua anggota populasi bisa dijadikan sebagai sampel penelitian. Teknik yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah *purposive sampling*. Purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Peneliti hanya akan mengambil

sebagian sampel dari pengguna jasa traveloka di Surabaya yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan peneliti.

Menurut Van Voorhis dan Morgan dalam Sagala et al (2014) dimana rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$N \geq 30 + 8m$$

Keterangan:

- N : Jumlah Sampel
- m : Jumlah variabel bebas

Maka, jumlah responden yang harus diambil:

$$N \geq 30 + 8m \longrightarrow N \geq 30 + 8.(m) =$$

Dengan memberi gambaran dari prosedur yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel.

$$N > 30 + 8 (m)$$

$$N > 30 + 8 (3)$$

$$N > 30 + 24$$

$$N > 54$$

maka sampel dari penelitian ini paling sedikit 54 responden dan 30 responden sampel kecil. Sehingga total seluruh responden yang digunakan sebanyak 84 responden

jumlah sampel yang diambil dalam penelitian adalah lebih dari 84 responden. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sebanyak 100 responden.

Teknik pengumpulan sampel non probabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *judgment sampling* yaitu penelitian menggunakan pertimbangan berdasarkan tertentu supaya benar-benar sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan. Calon responden yang akan diteliti dalam penelitian ini harus memiliki beberapa kriteria yaitu:

1. Usia responden minimal 17 tahun.
2. Pembeli dari *Traveloka*.
3. Berdomisili di Surabaya

3.6 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrument yang digunakan adalah kuesioner. Instrumen itu diartikan sebagai alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama (Syofian Siregar, 2013). Menggunakan kuisoner ini, peneliti memberikan suatu pernyataan yang di berikan secara langsung kepada pelanggan yang membeli jasa traveloka di Surabaya.

Tabel 3.2
KISI-KISI PERNYATAAN KUESIONER

No	Variabel	Indikator	Kode	Pernyataan	Sumber
1	Hubungan Pemasaran	Financial Ties	HP1	Traveloka memberikan tawaran menarik kepada pelanggan yang sering menggunakan produknya dalam setiap transaksi seperti point, promo/diskon dll	(Kotler & Keller, 2006)) dalam jurnal Clarisha Octavia Widjaja (2016)
		Social Ties	HP2	Tersedianya fasilitas traveloka <i>Application</i> untuk mempermudah pelanggan mendapatkan informasi dan bertransaksi	
		Structural Ties	HP3	Traveloka menyediakan berbagai macam layanan	
2	Harga	Keterjangkauan Harga	H1	Traveloka memberikan harga yang lebih terjangkau daripada pesaingnya	Fandy Tjiptono (2015:156)
		Keseuaian harga dengan kualitasnya	H2	Traveloka memberikan harga dengan kualitas pelayanan sesuai dengan yang ditawarkan	
		Daya saing	H3	Traveloka memberikan harga yang mampu bersaing dan sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat	
		Kesesuaian harga dengan manfaatnya	H4	Traveloka memberikan harga esuai dengan manfaat yang dirasakan.	
3	Kualitas Pelayanan	Berwujud	K1	Traveloka memiliki tampilan <i>website</i> dan aplikasi yang menarik dan mudah digunakan	Parasuraman et al (2006: 22) dalam jurnal Inka Janita Sembiring, Suharyono, Dan Andriani Kusumawati (2014)
		Kehandalan	K2	Traveloka memberikan layanan kepada saya sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat, terpercaya dan dengan akurasi yang tinggi	
		Daya tanggap	K3	Traveloka memberikan layanan yang cepat dan baik	
		Jaminan	K4	Traveloka menjamin keamanan pelanggan didalam melakukan setiap transaksi	
4	Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian Harapan	KP1	Saya memilih Traveloka karena fungsinya sesuai harapan saya dan memenuhi beberapa kebutuhan saya dalam <i>travelling</i>	Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) dalam Aspiani
		Minat berkunjung kembali	KP2	Jika saya membutuhkan layanan pemesanan tiket saya akan membeli layanan dari Traveloka kembali	

		Kesediaan merkomendasikan	KP3	Saya akan merekomendasikan layanan Traveloka sebagai layanan utama pemesanan tiket online dan menceritakan pengalaman baik saya tentang Traveloka kepada orang lain	
5	Loyalitas Pelanggan	Melakukan pembelian secara teratur	LP1	Saya memiliki komitmen untuk menggunakan jasa traveloka di masa depan	Griffin(2005: 31) dalam jurnal Inka Janita Sembiring, Suharyono, dan Andriani Kusumawati (2014)
		Kesetiaan terhadap pembelian produk/menolak produk lainnya	LP2	Saya berniat tidak akan berpindah ke layanan pemesanan tiket lain dan tetap akan membeli pada layanan Traveloka	
		Menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan tidak terpengaruh oleh tarikan persaingan	LP3	Saya bersedia menggunakan Traveloka kembali meskipun tanpa potongan harga karena Traveloka mempunyai keunggulan, kemudahan, keamanan dan kecepatan dari layanan yang lainnya	

3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data adalah catatan atas kumpulan fakta, fakta dikumpulkan untuk menjadi data. berasal dari bahasa Latin yang berarti "sesuatu yang diberikan". Dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Pernyataan ini adalah hasil pengukuran atau pengamatan suatu variabel yang bentuknya dapat berupa angka, kata-kata, atau citra.

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sementara itu instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Karena berupa alat, maka instrumen pengumpulan data dapat

berupa *check list*, kuesioner, pedoman wawancara, hingga kamera untuk foto atau untuk merekam gambar.

3.7.1 Jenis dan Sumber Data

Peneliti menggunakan jenis data primer, dimana disebutkan data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer diperoleh dari responden dengan cara menggunakan atau kuesioner yang telah disebar sebelumnya (Syofian Siregar, 2013).

3.7.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini hanya menggunakan metode penelitian data dengan cara kuesioner tertutup. Dimana, kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Syofian, 2013).

Sedangkan kuesioner tertutup adalah pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dibentuk dalam pilihan berganda. Kuesioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat, melainkan hanya bisa berpendapat dengan mengikuti apa yang telah ada dalam kuesioner (Syofian, 2013). Terdapat kelebihan, dan kekurangan dalam menggunakan metode pengumpulan data dengan cara kuesioner. Berikut kelebihan dan kekurangan dalam kuesioner beserta cara dalam menyebarkan :

1. Peneliti membagikan kuesioner kepada responden yang telah memenuhi karakteristik
2. Menjelaskan mengenai cara-cara pengisian kuesioner dan bahkan membimbing langsung responden saat mengisi kuesioner
3. Responden diwajibkan menjawab pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada lembaran kuesioner
4. Kuesioner yang sudah diisi oleh responden dikumpulkan untuk kemudian diseleksi dan diedit sesuai dengan kebutuhan pengolahan dan kembali diolah.

Kelebihan kuesioner:

1. Jumlah responden dan cakupannya sangat luas.
2. Tidak terlalu banyak menghabiskan biaya.
3. Responden hanya cukup melibatkan orang yang terkait saja.

Kekurangan kuesioner

1. Tingkat pengembalian data rendah, jika hanya menggunakan email.
2. Menghabiskan waktu yang cukup lama.
3. Responden yang dipilih tidak buta huruf (bisa membaca).

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Penelitian ini memerlukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dapat mengukur variabel penelitian dengan baik dan dapat menentukan hasil penelitian yang akan di uji

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuisioner tersebut. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkolerasikan antara skor butir pernyataan dengan skor total variabel (Ghozali, 2011).

Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasi antara skor individu masing-masing pernyataan dengan skor total dari variabel. Dengan tingkat signifikan 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan valid. Suatu item adalah tidak valid jika nilai signifikan melebihi nilai $\alpha = 0,05$ atau tidak terdapat korelasi yang signifikan antara item pernyataan tersebut dengan skor total seluruh item pernyataan (Ghozali, 2011:42)

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran. Uji reliabilitas juga dapat dikatakan sebagai suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2014). Kriteria pengujian sebagai berikut :

- Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ berarti pernyataan *reliable*
- Jika nilai Cronbach's Alpha $\leq 0,60$ berarti pernyataan *tidak reliable*

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisa data sangat penting untuk mengetahui dan memecahkan masalah-masalah yang terdapat dalam penelitian, selain itu teknik analisis data ini

merupakan proses untuk menemukan apakah instrumen penelitian peneliti ini berpengaruh signifikan seperti yang meliputi sebagai berikut :

3.9.1 Teknik Analisis Deskriptif

Teknik ini dapat berguna untuk membantu penelitian dari peneliti dalam melihat serta menilai jawaban-jawaban yang sudah di dapatkan dari responden, dengan itu Peneliti dapat menjelaskan analisis yang didapat dari responden mengenai deskripsi dan menjelaskan mengenai variabel serta elemen yang diukur dengan melihat rata-rata, nilai tengah, modus, standar deviasi, dan rentang, (Willy Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Berikut interval dari rata-rata yang disajikan dalam tabel 3.3

Tabel 3.3
Interval *mean*

Skor (<i>mean</i>)	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber : Diolah

3.9.2 Teknik Analisis Statistik

Analisis statistik digunakan untuk menjawab permasalahan yang terjadi dan untuk menguji hipotesis. Alat uji statistic yang digunakan pada penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)*. *partial Least Square (PLS)* merupakan suatu metode untuk memprediksi konstruk dan model dengan banyak factor dan hubungan *collinear* (Imam Ghozali, 2014). Dalam penelitian ini model yang digunakan adalah model persamaan structural (*Structural equation Modeling*) yang merupakan suatu

teknik analisis *multivariate* generasi kedua yang menggabungkan antara analisis faktor dan analisis jalur sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji dan mengestimasi secara signifikan hubungan antara *multiple exogenous dan endogenous* variable dengan banyak indikator (Imam Ghozali, 2014). Berikut merupakan tahapan dalam pengujian menggunakan teknik analisis SEM, antara lain:

1. Konseptualisasi Model

Dalam konseptualisasi model, indikator pembentuk konstruk laten harus ditentukan apakah berbentuk formatif, reflektif, atau kombinasi keduanya. Arah kausalitas antara konstruk yang menentukan hubungan hipotesis harus ditentukan dengan jelas apakah mempunyai pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, atau mediasi.

2. Menggambar Diagram Jalur

Agar diperoleh nilai T-statistik hitung yang stabil diperlukan *resampling* yang cukup besar, yaitu 200-1000. Dalam menggambar diagram jalur (*path diagram*), dapat menggunakan prosedur *Nomogram Reticularaction Modelling* (RAM) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Konstruk teoritik yang menunjukkan variable laten harus digambar dengan bentuk lingkaran atau bulan elips (*circle*)
- b. *Variable observed* atau indikator harus digambar dengan bentuk kotak (*Squares*)
- c. Hubungan-hubungan asimetri digambar dengan arah panah tunggal
- d. Hubungan-hubungan simetris digambarkan dengan arah panah *double*

3. Evaluasi Model

- a. *Outer* model (evaluasi model) dapat menggunakan indikator reliabilitas, yaitu besarnya varians dari indikator untuk menjelaskan kosntruk laten dan *composite reliability* untuk mengukur reliabilitas secara keseluruhan. Evaluasi model pengukuran dapat juga dilakukan dengan melihat *average variance extracted* (AVE) dan membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar konstruk dalam model. Dalam penelitian saat ini, peneliti menggunakan refleksif (mode A), maka evaluasi *outer* model(model pengukuran) dengan indikator refleksif dievaluasi dengan validitas, yaitu *convergent* dengan syarat ukuran refleksif individual dapat dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.60 (> 0.60) dengan konstruk yang akan diukur.

Menurut Imam Ghozali (2014), nilai *loading factor* $> 0,4$ atau $0,5$ sudah dianggap cukup untuk penelitian tahap awal dan pengembangan konstruk dan skala pengukuran atau pengembangan instrumen penelitian. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk pada item yang lebih besar daripada konstruk lainnya. Metode lainnya dapat menggunakan *average variance extracted* (AVE) yang nilainya harus lebih dari 0,5.

2. *Inner* model (model struktural) dievaluasi dengan melihat prosentase variance yang dijelaskan pada nilai R^2 . Menurut (Imam Ghozali dan Hengky, 2014), hasil dari R^2 dapat diketahui jika $R^2 \leq 0,70$, maka akan menunjukkan

model yang kuat, tetapi jika $R^2 \leq 0,45$ maka akan menunjukkan model yang moderate dan $R^2 \leq 0,25$ maka menunjukkan model lemah.

Evaluasi model dalam PLS-SEM menggunakan program WarpPLS 6.0 yang dapat dilakukan dengan *outer* model dan *inner* model. Evaluasi *outer* model (model pengukuran) dapat dilakukan dengan cara analisis CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dengan menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten. Kemudian evaluasi *inner* model (model struktural) yang dilakukan untuk pengujian signifikansi dan untuk menguji pengaruh antar konstruk dan variabel.

3. Pengujian Hipotesa

Menurut pendapat (Augusty, 2002) dalam (Djami, 2014), untuk melakukan pengujian hipotesis penelitian ketentuannya adalah jika nilai $p < 0,05$, maka artinya hipotesisnya akan dapat diterima. Untuk mengetahui hipotesis yang diuji dapat diterima atau ditolak, maka perlu adanya nilai signifikansi.

Metoda yang digunakan dalam penyamplingan kembali atau *resampling* dalam SEM PLS yaitu bootstrapping yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Metoda *bootstrapping* menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan resampling. Metoda *bootstrapping* biasa digunakan dalam model persamaan structural. Program WarpPLS 6.0 hanya menyediakan satu metoda sampling yaitu *bootstrapping* dengan tiga pilihan, diantaranya *No Sign Changes*, *Individual Sign Changes* dan *Construct Level Changes*.

PLS membutuhkan jumlah sampel yang cukup besar untuk mendapatkan kontribusi normal dan kemudian sampel menghitung nilai *Standart Error*.

Nilai beta dibagi dengan nilai *standart error* dan akan diperoleh nilai t hitung. Uji signifikansi parsial (uji-t) menurut Imam Ghozali (2013:98) memberikan penjelasan bahwa Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel penjelas/independen secara sendiri dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis yang akan di uji merupakan parameter (β_i) sama dengan nol dan dijelaskan langkah-langkahnya sebagai berikut :

a. $H_0 : \beta_1 = 0$

Penjelasan : variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternative (H_1) adalah parameter suatu variabel tidak sama dengan nol :

$H_1 : \beta_1 \neq 0$

Penjelasan : variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Menentukan tingkat signifikan (α) sebesar 0,05

c. Menentukan daerah penerimaan dan penolakan H_0 .

H_0 Diterima jika $P_{value} > 0,05$

H_0 Ditolak jika $P_{value} < 0,05$

Sedangkan cara menghitung pengaruh mediasi menggunakan rumus :

$$\text{Variance Account For} = \text{Indirect Influence} / \text{Total Influence Q}$$

varianceIndirect Effect untuk mengetahui adanya pengaruh effect mediasi yang sempurna, dengan menggunakan nilai Variance Accounted For (VAF) menurut Sri Handayani (Vol. 1, No.012, 2016).