

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Jenius yang hadir pada Agustus 2016 adalah salah satu layanan perbankan digital yang telah mengubah kehidupan masyarakat dalam melakukan aktivitas perbankan melalui transformasi digital. Dengan aplikasi dan kartu debit, Jenius mengembalikan akses bank kepada para pengguna. Dalam hal ini, para pengguna bisa dengan mudah melakukan transaksi keuangan tanpa melalui berbagai tahapan yang harus dilalui pada umumnya. Misalnya, membuka rekening bank bisa dilakukan dimana saja, tanpa harus mengantre di kantor cabang.



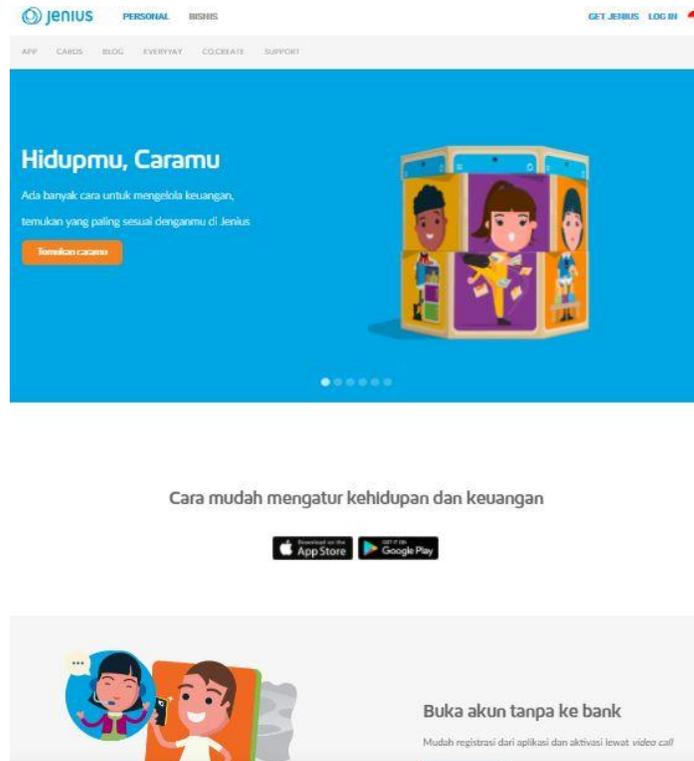
Sumber : *Google Image*

Gambar 3.1 Logo Jenius

Melalui layanan berplatform digital dan hanya bermodalkan smartphone serta koneksi internet yang stabil, Jenius memudahkan banyak hal dalam kehidupan sehari-hari seperti praktis *top up* akun *e-Wallet*, bayar tagihan, dan *transfer* uang, bisa dilakukan dari satu

aplikasi. Kemudahan proses pembayaran juga diikuti pengaturan keuangan yang praktis. Pengguna bisa membagi pos-pos pengeluaran rutin ke dalam kartu-kartu debit berbeda. Dengan begitu, pelanggan bisa berkomitmen terhadap budget yang sudah dialokasikan untuk pengeluaran tertentu. Misalnya, *budget* untuk transportasi, *budget* untuk makan, *budget* untuk belanja bulanan, dan lain-lain.

Selain transaksi dan pengaturan keuangan, pengguna juga bisa menabung di Jenius dengan pilihan tabungan sesuai kebutuhan dan bunga yang kompetitif di *Flexi Saver* atau *Dream Saver*. Pengguna juga bisa membuat, mengatur, dan mencairkan deposito berjangka melalui fitur *Maxi Saver*. Apapun tujuan pengguna menabung, untuk dana pensiun, untuk pendidikan anak, untuk membeli *gadget* baru, untuk jalan-jalan ke destinasi impian, dana darurat, dan keperluan lainnya, pengguna bisa memilih dengan fitur tabungan yang sesuai.



Sumber : Jenius

Gambar 3.2 Tampilan *Website* Jenius

Gambar 3.2 merupakan tampilan awal *website* Jenius yang memberikan informasi kepada para pengguna ataupun calon pengguna. Di *website* Jenius, terdapat langkah-langkah untuk mendaftarkan akun dari aplikasi dan dapat mengaktifkan lewat *video call* sehingga calon pengguna tidak perlu datang ke bank untuk membuat akun Jenius. Selain itu, terdapat pilihan “*Blog*” untuk melihat berita mengenai informasi ataupun tips-tips mengenai keuangan seperti tips mengatur anggaran belanja selama Ramadan dan Lebaran, dan lain-lain. Ada juga pilihan “*Everyyay*” yang berisi promo-promo dari Jenius setiap hari seperti *voucher*, *cashback*, dan potongan.

Selain untuk personal, Jenius juga menghadirkan akun bisnis untuk memisahkan atau mengatur keuangan bisnis. Di dalam akun bisnis, terdapat *bisniskit* untuk membantu melakukan pembukuan dengan mencatat tiga data yaitu produk, pengeluaran, dan pelanggan. Pengguna juga bisa mengetahui kondisi terkini bisnisnya dan mengetahui jumlah transaksi, total penjualan, total pengeluaran, *gross profit*, data produk terlaris, dan pengeluaran tertinggi di *dashboard Bisniskit* Jenius. Tidak hanya itu, *Bisniskit* juga bisa membantu memproses penjualan menggunakan mesin kasir sederhana untuk penjualan *offline* dan menghubungkan *Bisniskit* dari Jenius ke mesin printer untuk mencetak nota atau ke mesin *EDC* untuk memproses pembayaran.



Partner untuk
membantumu
mengembangkan
bisnis

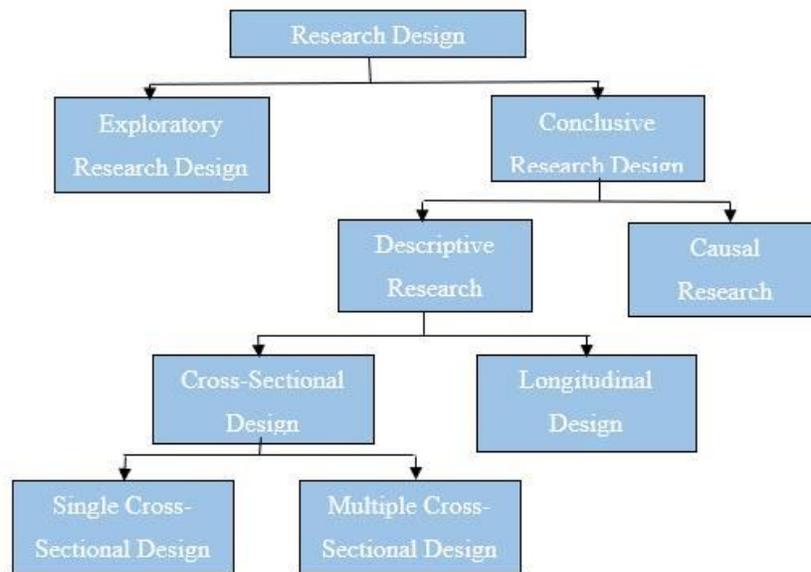
Sumber : Jenius

Gambar 3.3 Tampilan *Website* Bisnis Jenius

3.2 Jenis dan Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Malhotra (2010) adalah sebuah desain penelitian berupa kerangka yang digunakan untuk melakukan suatu riset atau penelitian dimana didalamnya berisi rincian prosedur-prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pada suatu penelitian.

Berikut ini merupakan skema design penelitian:



Sumber : Malhotra (2010)

Gambar 3.4 *Design* Penelitian

Menurut Malhotra (2010), ada dua jenis penelitian utama yaitu:

1. *Exploratory Research Design*

Desain penelitian yang memiliki tujuan utama untuk memberikan penjelasan mengenai masalah yang dihadapi oleh peneliti. Penekanannya pada penemuan gagasan dan wawasan yang akan memberikan pemahaman mengenai permasalahan yang dialami peneliti. Penggunaannya untuk membantu memformulasikan masalah secara lebih tepat, karakteristik riset bersifat fleksibel dan tidak untuk mencari kesimpulan akhir, melainkan lebih mengedepankan proses.

2. *Conclusive Research Design*

Penelitian yang dirancang untuk pengambilan keputusan yang akan berguna dalam menentukan, mengevaluasi masalah. Biasanya untuk menentukan besaran atau frekuensi suatu kejadian dimana peneliti sudah memiliki definisi masalah yang jelas, hipotesis yang spesifik, dan informasi yang rinci. Kegunaannya untuk membuat estimasi presentasi unit dalam suatu populasi yang menunjukkan perilaku tertentu, menentukan tingkatan variabel penelitian yang berhubungan satu sama lain, dan lain-lain.

Conclusive Research Design dibagi kedalam dua jenis, yaitu :

a. *Descriptive Research*

Merupakan desain penelitian *conclusive* yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu dalam pemasaran, biasanya digunakan untuk mendeskripsikan fungsi pasar. Pada penelitian *descriptive research*, biasanya peneliti menggunakan rumusan hipotesis yang sudah ada sebelumnya. Metode yang dipakai dalam *descriptive research* menggunakan data sekunder secara kuantitatif, survey, observasi dan data lain (Malhotra, 2010).

Descriptive Research dibagi kedalam dua jenis penelitian, yaitu :

i. Cross Sectional Design

Merupakan desain penelitian deskriptif yang melibatkan satu kali pengumpulan informasi dari sampel populasi tertentu (Malhotra, 2010).

1) Single Cross Design

Merupakan desain pengambilan informasi yang dilakukan satu kali pada suatu periode waktu saja, dari satu kelompok responden atau narasumber.

2) Multiple Cross Design

Merupakan desain pengambilan informasi dimana ada dua atau lebih sampel responden, dan informasi dari setiap sampel diperoleh hanya sekali.

ii. Longitudinal Design

Merupakan desain penelitian deskriptif yang melibatkan sampel populasi tetap yang diukur berulang kali terus menerus, dimana sampel tetap sama sepanjang waktu yang memberikan serangkaian gambar, dan menggambarkan kedua situasi dan perubahan yang sedang terjadi (Malhotra, 2010).

b. Causal Research

Desain penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk memperoleh bukti mengenai hubungan sebab dan akibat (Malhotra, 2010). Penelitian kausal menjelaskan pengaruh perubahan variasi nilai dalam suatu variabel terhadap perubahan variasi nilai variabel lain. Dalam penelitian kausal, variabel independen sebagai variabel sebab dan variabel dependen sebagai variabel akibat (Silalahi, 2009).

Penelitian ini juga bisa dimasukkan ke dalam eksperimental karena melalui percobaan-percobaan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *conclusive research design* dengan jenis *descriptive research design* menggunakan metode survey. Survey dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form untuk mengetahui tanggapan dan opini responden terhadap objek penelitian. Penelitian ini menggunakan *cross sectional design* dengan metode pengambilan informasi *single cross design* yang artinya pengambilan sampel hanya dilakukan satu kali dalam satu periode penelitian dan berasal dari satu kelompok responden.

3.3 Prosedur Penelitian

1. Mengumpulkan jurnal yang mendukung penelitian dan menyusun kerangka penelitian
2. Menyusun *draft* kuesioner dengan melakukan pemilihan kata yang tepat agar responden lebih mudah memahami pertanyaan
3. Membagikan kuesioner kepada responden secara online melalui google form sebanyak 40 responden untuk melakukan *pre-test*
4. Hasil data dari *pre-test* yang terkumpul sebanyak 40 responden dianalisis menggunakan *software* SPSS. Jika hasil *pre-test* memenuhi syarat, maka kuesioner dapat dilanjutkan proses selanjutnya yaitu *main-test*
5. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis kembali dengan menggunakan *software* SmartPLS 3

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1 *Population, Sampling Unit*

Menurut Malhotra (2010), target populasi adalah kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan tentang kesimpulan mana yang harus dibuat. Populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran (Malhotra, 2009). Dalam penelitian ini, target populasinya adalah orang-orang yang mengetahui aplikasi dan berita buruk Jenius tetapi belum pernah menggunakan aplikasi Jenius.

Sample adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang mewakili populasi. *Sample unit* merupakan objek yang memiliki karakteristik yang sama dengan elemen yang akan dijadikan sampel dalam penelitian (Malhotra, 2010). *Sample unit* dari penelitian ini adalah pria dan wanita berusia minimal 17 tahun, mengetahui aplikasi Jenius dan berita buruk mengenai Jenius tetapi belum pernah menggunakan aplikasi Jenius.

3.4.2 *Sampling Techniques*

Sampling didefinisikan sebagai proses pengambilan jumlah yang cukup dari elemen populasi, sehingga hasil dari analisa pengambilan jumlah tersebut menggambarkan keadaan populasi secara garis besar (Malhotra, 2010). Malhotra (2010) mengelompokkan teknik pengambilan sampel menjadi dua yaitu :

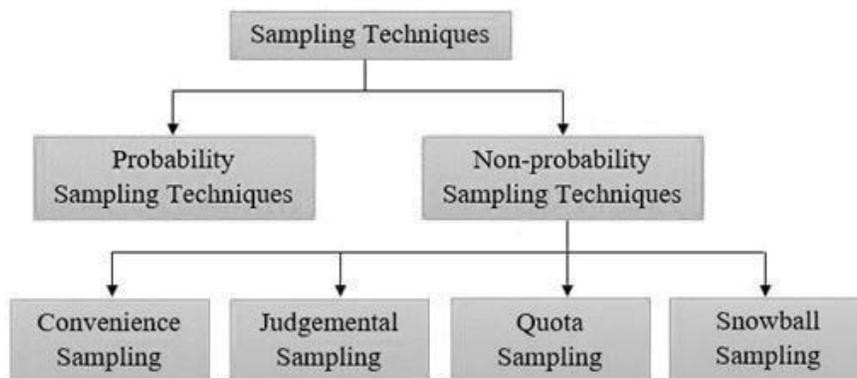
1) Nonprobability sampling

Sebuah prosedur *sampling* dimana tidak setiap elemen populasi memiliki kesempatan untuk menjadi sampel dalam penelitian.

2) *Probability sampling*

Sebuah teknik *sampling* dimana semua orang memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan metode *nonprobability sampling* karena peneliti sudah melakukan pemilihan responden yang lolos seleksi dan tidak semua orang memiliki peluang untuk menjadi sampel dalam penelitian.



Sumber : Malhotra (2010)

Gambar 3.5 *Sampling Techniques*

Dalam Malhotra (2010), terdapat 4 teknik *nonprobability sampling* yang dapat digunakan, yaitu :

1. *Convenience sampling*

Teknik *sampling* yang berdasarkan pada kenyamanan dari peneliti dalam mencari dan mengumpulkan sampel.

2. *Judgemental sampling*

Suatu bentuk *convenience sampling* dengan elemen populasi tertentu yang telah dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti. Elemen yang telah dipilih dianggap dapat

mempresentasikan populasi.

3. *Quota sampling*

Teknik *nonprobability sampling* yang memiliki dua tahap. Tahap pertama adalah menentukan kuota dari masing-masing elemen populasi. Tahap kedua adalah mengambil sampel berdasarkan teknik *convenience* maupun *judgemental*.

4. *Snowball sampling*

Teknik *sampling* yang didasarkan pada referensi para responden, mereka diminta untuk mereferensikan orang lain yang memenuhi kriteria sebagai responden.

Dalam penelitian ini, *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *judgemental sampling* karena penelitian ini memiliki *screening* pada saat menyeleksi responden yang dianggap dapat mempresentasikan suatu populasi. *Judgemental sampling* adalah *sampling* yang ditetapkan berdasarkan penilaian dari peneliti untuk mewakili populasi yang ada (Malhotra, 2010).

3.4.3 Sample Size

Hair *et al* (2010) mengemukakan bahwa penentuan banyaknya sampel disesuaikan dengan banyaknya jumlah indikator yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ observasi sampai dengan $n \times 10$ observasi. Dalam penelitian ini jumlah indikatornya adalah 12, maka jumlah sampel minimal untuk penelitian ini adalah 60 responden. Namun, jumlah sampel yang diperoleh pada penelitian ini adalah 100 responden.

3.4.4 Sampling Process

3.4.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Malhotra (2009) mengatakan terdapat dua jenis data yang dapat digunakan untuk melakukan sebuah penelitian, yaitu :

1. *Primary Data*

Data atau informasi berasal dari penelitian tertentu dan memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah penelitian tertentu.

2. *Secondary Data*

Data atau informasi yang dikumpulkan dari berbagai studi kasus dengan tujuan untuk mendukung penelitian dan biasanya data atau informasi ini bukan untuk menyelesaikan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah *primary data* yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebar menggunakan teknik *non-probability sampling* dan didapatkan data dari responden yang sesuai. Peneliti juga menggunakan *secondary data* yang diperoleh dari jurnal dan artikel yang terkait untuk memperkuat teori dalam penelitian.

3.4.4.2 Prosedur Pengumpulan Data

Pada pengumpulan *primary data*, peneliti mengumpulkan data secara *online* yaitu dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada responden secara acak. Setelah peneliti mengumpulkan semua jawaban kuesioner dari responden, peneliti mengolah data yang terkumpul menggunakan *software* SPSS.

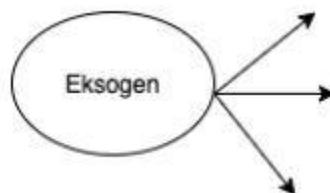
3.5 Periode Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan Februari 2021 hingga Juni 2021. Penelitian ini dimulai dari seminar proposal dan menentukan objek penelitian, kemudian dilanjutkan dengan membuat latar belakang dan rumusan masalah. Selanjutnya peneliti membuat rancangan *draft* kuesioner untuk melakukan *pre-test* dengan skala pengukuran *liekert* 1-5. Setelah menyebarkan kuesioner kepada 40 responden, peneliti menguji apakah semua *measurement* yang digunakan *reliable* dan *valid*. Kemudian peneliti melakukan penyebaran kuesioner untuk *main-test* dan melakukan olah data untuk menganalisa hasil.

3.6 Identifikasi Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel bebas yang ada pada semua persamaan di dalam suatu model penelitian (Hair et al, 2010). Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan anak panah yang menuju keluar. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel eksogen adalah *Trust* dan *Benefit*.

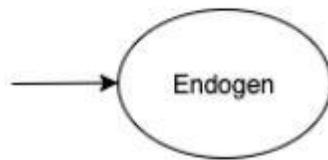


Sumber : Hair *et al* (2010)

Gambar 3.6 Variabel Eksogen

3.6.2 Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang memiliki keterikatan paling minimal dengan satu variabel lain dan ciri-ciri dari variabel endogen adalah memiliki minimal satu anak panah yang mengarah ke variabel tersebut (Hair et al, 2010). Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel endogen adalah *Perceived Risk* dan *Intention to Use*.



Sumber : Hair *et al* (2010)

Gambar 3.7 Variabel Endogen

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dibuat untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan kuesioner sehingga dapat memperoleh data yang akan diuji. Dalam penelitian ini, setiap variabel akan diukur dengan indikator-indikator yang agar tidak terjadi kesalahan persepsi dalam mendefinisikan variabel yang dianalisis.

Tabel 3.1 Tabel Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Kode	<i>Measurement</i>	<i>Measurement</i>	Jurnal Referensi	Skala <i>Liekert</i>

1	<i>Trust</i>	Keadaan psikologis konsumen untuk menerima risiko internet berdasarkan ekspektasi postifinya dari niat dan perilaku penyedia layanan (Matemba & Li, 2017)	T1	1. <i>This site is trustworthy</i>	1. Saya merasa aplikasi Jenius dapat dipercaya	Kim <i>et al</i> (2007)	1-5
			T2	2. <i>This Website vendor gives the impression that it keeps promises and commitments</i>	2. Saya merasa aplikasi Jenius memberi kesan bahwa pihaknya menepati janji dan berkomitmen		
			T3	3. <i>I believe that this Website vendor has my best interests in mind</i>	3. Saya yakin bahwa aplikasi Jenius akan mengutamakan kepentingan saya		
2	<i>Perceived Risk</i>	Penilaian tingkat bahaya atau	PR1	1. <i>Using mobile payments is</i>	1. Menurut saya, menggunakan	Cabanillas <i>et al</i> (2020)	1-5

		ketidakpastian yang diharapkan dalam menggunakan suatu sistem atau dalam pengambilan keputusan pembelian (Wang <i>et al</i> , 2006)		<i>not completely secure</i>	aplikasi Jenius tidak sepenuhnya aman		
			PR2	<i>2. I would not feel secure sending my personal and financial information across the websites using m-payments</i>	2. Saya tidak akan merasa aman mengirimkan informasi pribadi dan keuangan saya ke aplikasi Jenius menggunakan pembayaran seluler		
			PR3	<i>3. Overall, using m-payments is not a safe place to transmit</i>	3. Saya merasa secara keseluruhan, menggunakan aplikasi Jenius bukanlah		

				<i>information and do transactions</i>	tempat yang aman untuk mengirimkan informasi dan melakukan transaksi		
3	<i>Benefit</i>	Keyakinan konsumen tentang sejauh mana dia akan menjadi lebih baik dari transaksi online dengan situs web tertentu (Kim <i>et al</i> , 2007)	B1	<i>1. I think using this Website is convenient</i>	1. Menurut saya, aplikasi Jenius akan mudah digunakan	Kim <i>et al</i> (2007)	1-5
			B2	<i>2. I can save money by using this Website</i>	2. Menurut saya, saya dapat berhemat dengan menggunakan aplikasi Jenius		
			B3	<i>3. I can save time by using this Website</i>	3. Menurut saya, saya dapat menghemat waktu dengan		

					menggunakan aplikasi Jenius		
4	<i>Intention to Use</i>	Hubungan antara niat dan perilaku yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia berusaha membuat keputusan rasional berdasarkan informasi yang tersedia bagi mereka (Kim <i>et al</i> , 2007)	ITU1	1. <i>I intend to use mobile payment in the future</i>	1. Saya berniat untuk menggunakan aplikasi Jenius di masa mendatang	Cabanillas <i>et al</i> (2020)	1-5
			ITU2	2. <i>I will always try to use mobile payment in my daily life</i>	2. Saya akan selalu mencoba menggunakan aplikasi Jenius dalam transaksi keseharian saya		
			ITU3	3. <i>I predict that I would use mobile payments</i>	3. Saya memperkirakan bahwa saya akan menggunakan aplikasi Jenius		

3.8 Teknik Analisis

3.8.1 Uji Validitas

Validitas merupakan skala yang diartikan sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati berarti mencerminkan perbedaan nyata diantara objek pada karakteristik yang sedang diukur. Ketika suatu indikator mendekati valid sempurna, maka menandakan tidak terdapat kesalahan dalam pengukuran (Malhotra, 2010). Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu dengan *face validity*, *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Face validity* merupakan salah satu konsep pengukuran validitas dimana suatu instrumen dinilai memiliki content validity jika mengandung pertanyaan-pertanyaan yang memadai dan representatif untuk mengukur konstruk. *Face validity* dilakukan dengan membuat indikator pertanyaan pada tabel operasional.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengarah kepada tingkat konsistensi skala ketika diukur berkali-kali (Malhotra, 2012). Tingkat *reliable* suatu variabel atau konstruk dapat diukur dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

3.8.3 Structural Equation Model (SEM)

Structural Equation Model (SEM) merupakan bagian dari model statistik yang menjelaskan hubungan diantara beberapa variabel yang meneliti sebuah struktur hubungan timbal balik yang dinyatakan dalam serangkaian persamaan. Persamaan tersebut menggambarkan seluruh hubungan konstruk (variabel dependen dan independen) yang terlibat di dalam suatu analisis (Hair et al, 2010).

Dalam menggunakan metode SEM, terdapat dua pendekatan yaitu dengan Covariance Based SEM (CB-SEM) dan Variance Based SEM atau biasa dikenal dengan Partial Least Square (PLS). CB-SEM lebih mengacu kepada membangun model yang bermaksud untuk menjelaskan covariance dari indikator konstruk. Sedangkan PLS lebih mengacu kepada menganalisa sebuah konstruk dengan tipe formatif dan reflektif.

PLS tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil atau dibawah 100 sampel. Tujuan PLS-SEM adalah untuk mengembangkan teori (Ghozali dan Lathan, 2015). Selain itu, PLS juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan formatif. Model refleksif mengasumsikan bahwa konstruk atau variabel laten mempengaruhi indikator, dimana arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifest (Ghozali, 2012).

3.8.4 Tahapan PLS

3.8.4.1 Model Pengukuran atau *Outer Model*

Model pengukuran atau *outer model* menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Evaluasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menggunakan pendekatan MTMM (*MultiTrait-MultiMethod*) dengan menguji *validity convergent* dan *discriminant*. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan tiga cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan *rho_A* (Ghozali dan Lathan, 2015).

a. *Convergent Validity*

Convergent Validity dari model pengukuran dengan indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara *item score* atau indikator dengan *score* konstruknya. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, *loading* 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima (Ghozali dan Latan, 2015). Metode lainnya adalah dengan menilai validitas dari item pertanyaan dengan melihat nilai AVE (*Average Variance Extracted*). AVE merupakan presentase rata-rata nilai *variance extracted* antar item pertanyaan atau indikator suatu variabel. Untuk persyaratan, dapat dibilang baik jika AVE masing-masing item pertanyaan nilainya lebih besar dari 0.5 (Ghozali, 2012).

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dapat dilihat pada *cross loading* dan *fornell-larcker criterion* antara indikator dengan konstruknya. Apabila korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya.

c. *Reliability*

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan

rho_A. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan rho_A di atas 0,70 (Ghozali dan Latan, 2015).

3.8.4.2 Model Struktural atau *Inner Model*

Model structural atau *inner model* menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada *substantive theory*.

a. T-Statistics

T-statistics berfungsi untuk menguji seberapa signifikan hipotesis dalam penelitian. Jika memperoleh nilai pada rentan $-1,65 < t\text{-stat} < 1,65$ maka uji yang dilakukan dinyatakan tidak signifikan. Jika nilai t-statistics berada pada rentan $< -1,65$ ataupun $> 1,65$ maka uji yang dilakukan dinyatakan signifikan. Selain itu juga dapat melihat nilai p-value $< 0,05$ (Hair et al, 2010).

b. *R-Square*/ R^2 (coefficient of determination)

Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Nilai *R-Square* 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate, dan lemah (Ghozali dan Latan, 2015).

c. Q^2 (cross validated redundancy)

Q^2 merupakan sarana untuk menilai relevansi prediktif dari inner model (Ghozali dan Latan, 2015).

d. *F-Square*/ f^2 (effect size)

Uji *F-Square* ini dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai *F-Square* sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat struktural (Ghozali, 2011).

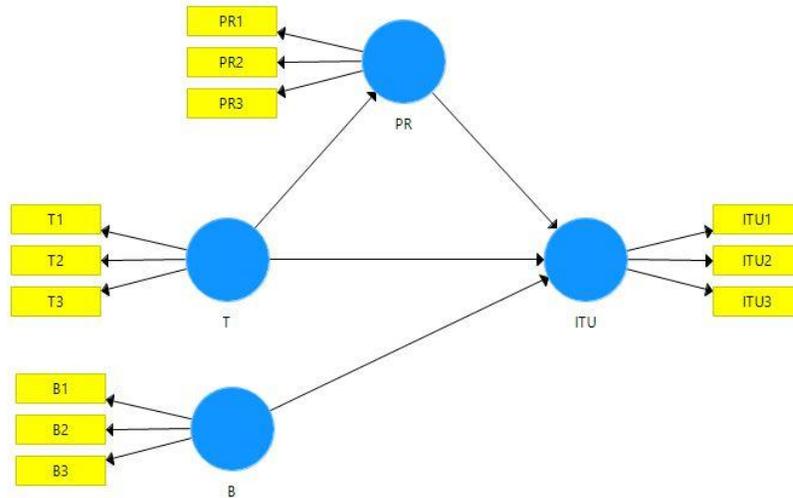
e. *Goodness of Fit* (GoF)

Goodness of Fit merupakan sebuah tolak ukur yang menunjukkan seberapa baik suatu model dapat mereproduksi kovarians di antara variabel-variabel indikator (Hair et al, 2010). Nilai GoF dapat diperoleh dengan rumus :

$$\text{GoF} = \sqrt{(\text{rata-rata AVE}) \times \text{rata-rata R}^2}$$

Nilai GoF 0,1 = GoF kecil, 0,25 = GoF moderate, dan 0,36 = GoF besar (Ghozali dan Latan, 2015).

3.9 Model Keseluruhan Penelitian



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Gambar 3.8 Model Keseluruhan Penelitian