

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. Synergi First Logistics merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang layanan kurir. yang mempunyai 3 bisnis channel B2B (B2B (*Business to Business*), B2C (*Business to Customer*), dan C2C (*Customer to Customer*). Berikut ini merupakan profil perusahaan PT. Dua Putra Perkasa:

Nama Perusahaan : PT. Synergi First Logistics

Jenis Badan Usaha : Perseroan Terbatas (PT)

Alamat : Jl. Pondok Betung Raya No.45, Pondok
Karya-Pondok Aren

Bidang Usaha : Logistiks Courier Service

Website : www.firstlogistiks.co.id



Gambar 3.1 Logo Synergi First Logistics

Pada Penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian pada PT. Synergy First Logistics yang bergerak dalam bidang layanan kurir, dalam 3 lini bisnis B2B (*Business To Business*), B2C (*Business To Customer*), dan C2C (*Customer To Customer*). PT. Synergy First Logistics telah bekerjasama dengan berbagai e-commerce dalam memberikan layanan pengiriman barang. Peneliti ingin mengetahui apakah kepercayaan dari konsumen di PT. Synergy First Logistics mempengaruhi niat konsumen dalam menggunakan layanannya kembali.

3.1.2 Sejarah Perusahaan

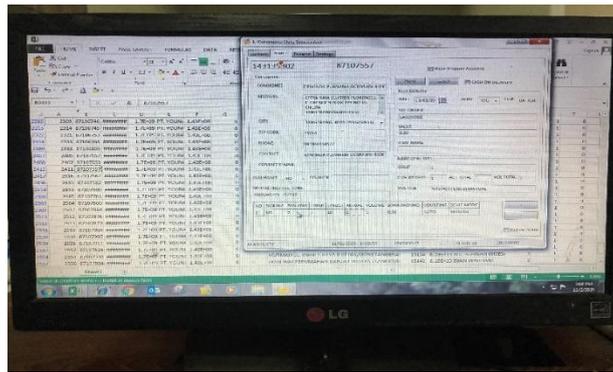
PT. Synergi First Logistics merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang Logistik Servis. PT. Synergi First Logistics sudah berdiri selama 13 tahun sejak tahun 2007, yang di pimpin oleh bapak Raden Adrian sebagai direktur dalam perusahaan. Dimana PT Synergi First Logistics bergerak dalam bidang servis ,PT Synergi First Logistics berada di peringkat yang ke-10 di bawah perusahaan raksasa pengiriman seperti JNE dan J&T. PT Synergi First Logistics berfokus kepada *Lead Time* yang harus dijaga dan unggul dalam

persaingan dengan itu PT Synergy First Logistics mempunyai 3 macam jenis servis yaitu:

- *Same Day Service (SDS)* : Perusahaan memberikan servis dikirim dan diterima di hari yang sama oleh konsumen sesuai dengan pesanan dari konsumen.
- *One Night Service (ONS)* : perusahaan memberikan servis paket sampai pada keesokan harinya.
- *Regular Service* : Perusahaan memberikan paket akan tiba di kota tujuan dalam 2 sampai dengan 3 hari.

Ketiga macam tersebut dikategorikan berdasarkan waktu pengiriman tergantung pesanan dari customer dimana masing-masing kategori memiliki nilai atau harga yang berbeda sesuai dengan kecepatan waktu pengiriman yang diberikan. PT Synergy First Logistics memastikan pengiriman paket dan dokumen dapat sampai dengan cepat ke hampir semua tempat.

Perusahaan First Logistics merupakan perusahaan logistik kurir ekspres yang terletak di Bintaro Sektor 9, Di Dalam perusahaan First Logistics terdapat 3 bagian proses dimana didalamnya terdapat (*Inbound, Process, Outbound*) ketiga rangkaian tersebut diproses dengan sangat cepat sesuai dengan kebutuhan dari konsumen dimana akan dijelaskan seperti berikut ini:



Gambar 3.3 Sistem EDS PT. Synergi First Logistics

Sistem yang ketiga adalah OSLOG dimana setiap armada yang berada di FL dipasang GPS yang ter konfigurasi oleh aplikasi OSLOG, sehingga memudahkan FL untuk melacak keberadaan armadanya. Aplikasi OSLOG juga membantu menjaga *leadtime* armada, agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga.



Gambar 3.4 Sistem OSLOG PT. Synergi First Logistics

Seluruh kegiatan yang ada di FL sudah terintegrasi dengan sistem, mulai dari *pick up* sampai dengan pengiriman barang semua sudah tercatat melalui sistem aplikasi. Hal ini membuat proses kerja di FL semakin efektif dan efisien, dengan adanya sistem CCT, EDS, dan Oslog membuat tingkat kesalahan semakin menurun, karena semua data yang

dibutuhkan sudah tercatat dengan baik di software, yang bisa di akses oleh seluruh karyawan yang mempunyai otoritas tanpa harus meminta terlebih dahulu .

Kegunaan dari sistem juga memiliki manfaat yang diberikan kepada konsumen untuk dapat melacak barang yang mereka kirimkan untuk dapat sampai ke tangan konsumen dengan aman dan sesuai *lead time* yang dipesan, dengan itu PT.Synergi First Logistics memberikan layanan Tracking barang dengan menggunakan no airwaybill yang dapat diakses melalui website dari PT.Synergi First Logistics, dimana tampilan website sebagai berikut:



Gambar 3.5 Layanan Tacking dari PT. Synergi First Logistics

PT Synergi First Logistics mempunyai layanan untuk konsumennya dalam melacak barang yang dikirimkan berdasarkan no AWB yang diberikan pada saat pemesanan, hal ini digunakan untuk memonitor Lokasi barang, untuk menjamin *lead time* dapat dipenuhi oleh perusahaan. Untuk menambah ketenangan pikiran dari konsumen dengan mendapatkan bukti pengiriman pada setiap itemnya

3.1.3 Visi Perusahaan dan Misi Perusahaan

VISI

Visi perusahaan Keberhasilan kami tergantung pada hubungan yang kami bangun dengan pelanggan. Kami memastikan bahwa tim kami memiliki pemahaman yang jelas tentang semua kebutuhan pribadi Anda. Manfaat tambahannya adalah ketika Anda berbicara dengan staf kami, baik itu pengemudi yang berdedikasi atau tim layanan pelanggan kami, Anda akan berurusan dengan profesional yang ramah dan berpengetahuan.

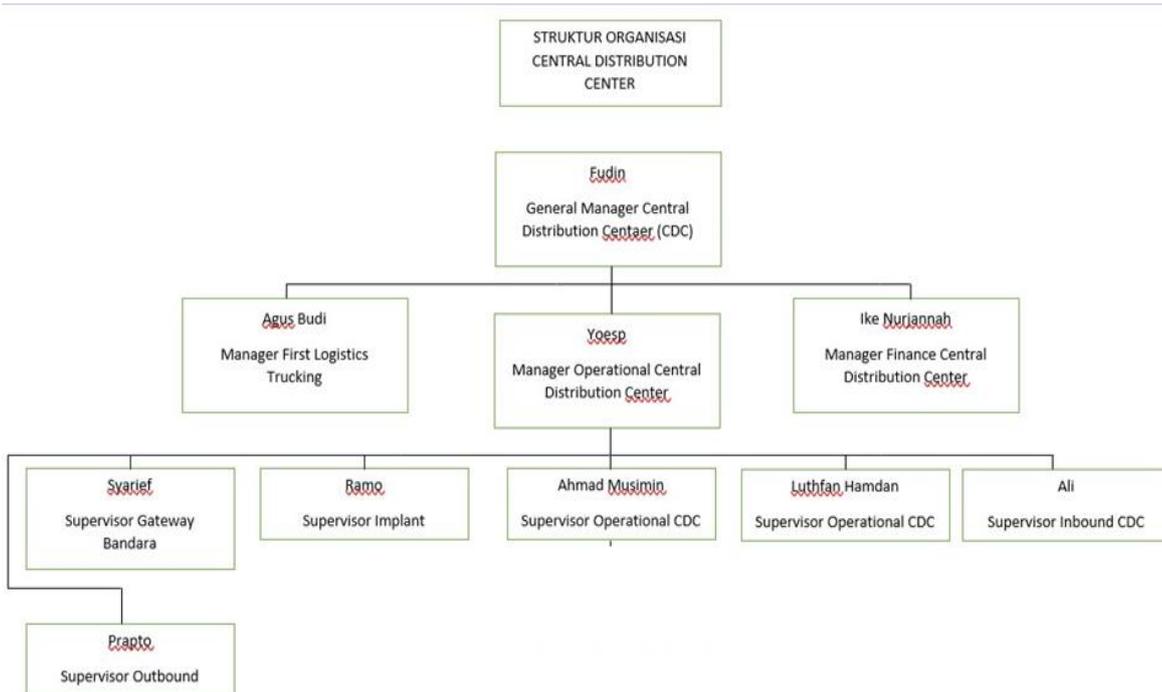
MISI

Sebagai perusahaan kurir domestik lokal Anda, kami menyediakan Layanan Hari yang Sama, Hari Berikutnya dan Reguler di Indonesia. Kami memastikan pengiriman cepat parcel dan dokumen ke hampir di mana saja di dunia, dengan koleksi harian yang sesuai untuk Anda. Kami menyediakan kemudahan kepada konsumen untuk dapat melacak barang yang dikirimkan agar konsumen dapat mengetahui persis di mana barang tersebut pada waktu tertentu. Untuk menambah ketenangan pikiran kami bisa mendapatkan bukti pengiriman dengan setiap item.

PT. Synergy First Logistics mempunyai nilai kesuksesan tergantung pada hubungan yang perusahaan bangun dengan pelanggan, perusahaan memastikan bahwa tim atau karyawan memiliki pemahaman yang jelas mengenai kebutuhan

pribadi konsumen. Perusahaan menjaga keramahan yang diterapkan didalam perusahaan agar untuk bersikap ramah kepada siapapun dan mengucapkan salam

3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.



Gambar 3.6 Struktur Organisasi Perusahaan

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu kerangka berpikir sebagai dasar perencanaan dalam melakukan penelitian yang terstruktur dalam hal hubungan antara variabel secara komprehensif agar hasil dari riset dapat memberikan jawaban, rencana tersebut mencakup hal-hal yang akan dilakukan seperti hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai analisis akhir, dalam penelitian ini

peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dimana peneliti menekankan analisis pada data-data numerical yang diolah dengan metode statistika.

3.2.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian jenis causal research, dikarenakan menggunakan Teknik survey dengan menyebarkan kuesioner yang dibuat menggunakan google form. Pertanyaan yang dibuat diukur menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 5, penggunaan skala likert 1 sampai dengan 5 disesuaikan dengan jurnal utama. Survei pada penelitian terdiri dari 20 pertanyaan untuk dieksplorasi dimana terdapat pengaruh *Trust in Courier Service* terhadap *Future Intention* di perusahaan.

3.3 Data Penelitian

Data Terbagi menjadi dua jenis yaitu *Primary Data* (Data Primer) dan *Data Secondary* (Data Sekunder). Dalam penelitian ini penulis menggunakan kedua Teknik pengumpulan data tersebut, dimana data primer digunakan sebagai sumber utama atau memperkuat dari data sekunder yang penulis gunakan untuk melakukan penelitian. Data primer yang penulis dapatkan merupakan data yang dijawab oleh responden dari kuesioner yang sudah penulis buat, dimana pertanyaan tersebut penulis dapatkan berasal dari jurnal yang menjadi topik penelitian.. Data sekunder yang penulis gunakan berupa jurnal terdahulu, website data statistic yang di ambil dari sumber terpercaya dan artikel sebagai data pendukung untuk menambah informasi di dalam penelitian.

3.4 Sampling Design Process

Sampling merupakan proses melakukan seleksi dari sejumlah elemen dari suatu populasi untuk dijadikan sebagai responden atau target penelitian, menurut (Sekaran dan Bougie,2013) terdapat beberapa tahapan untuk melakukan sampling, sebagai berikut:

1. Tentukan Populasi dan Kerangka Sampel

Menentukan populasi merupakan langkah pertama untuk melakukan sampling dalam penelitian, populasi yang ditargetkan untuk menjadi objek penelitian harus mempunyai Batasan-batasan seperti umur, geografis,waktu dan lain-lainnya. Didalam penelitian menargetkan populasi yang dapat dijangkau adalah pria atau wanita, pernah menggunakan jasa kurir servis dalam berbelanja *online*, mengetahui dan memakai jasa layanan dari First Logistics, dan menggunakan jasa layanan First Logistik kurang dari 5 bulan terakhir.

2. Tentukan Teknik Pengambilan Sampel

Didalam penelitian ini penulis menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik yang digunakan yaitu judgmental sampling, karena penulis sudah menentukan populasi yang akan dipilih sebagai responden yaitu orang yang sudah pernah memakai layanan kurir servis dan orang yang memiliki pengalaman dengan layanan First Logistics

Dalam menentukan jumlah populasi peneliti menggunakan pengukuran sampel minimum hari 10 kali lipat jumlah maksimum anak panah yang merujuk pada variabel laten dalam model PLS (Hair, 2017):

$$\text{Sampel} = 10 \times 5 = 50 \text{ responden}$$

Dengan perhitungan menggunakan perhitungan yang didasari pada jumlah anak panah maksimum yang merujuk pada variabel laten (dalam penelitian ini berjumlah 5), maka sampel minimum yang dibutuhkan adalah sebanyak 50 orang.

Menurut Ghozali kekuatan analisis didasarkan pada porsi dari model dari model yang memiliki jumlah *predictor* terbesar. Minimal direkomendasikan berkisar 30 sampai 100 kasus.

3. **Jelaskan proses pengambilan Sampel**

Setelah penulis melakukan screening untuk menentukan populasi dalam responden, maka untuk selanjutnya melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner yang telah dibuat sesuai pertanyaan dengan acuan dari jurnal penelitian dan dilakukan penyebaran kuesioner sesuai dengan screening yang telah dibuat. Dalam melakukan penyebaran kuesioner peneliti menggunakan sosial media dan whatsapp sebagai alat yang digunakan untuk bisa mendapatkan responden dari konsumen First Logistics.

3.5 Teknik Pengumpulan Data.

Pada proses penelitian ini penulis memerlukan pengumpulan data untuk menemukan hasil penelitian yang diinginkan, terdapat beberapa teknik yang dilakukan untuk mendapatkan data yang berbeda-beda, sebagai berikut merupakan gambaran umum dari teknik pengumpulan data:

1. Questionnaire dan Survei

Pada Teknik ini melakukan penyebaran pertanyaan menggunakan formulir yang diisi menggunakan skala likert, hasil umumnya lebih mudah untuk dianalisa, pada metode ini dianalisis menggunakan kuantitatif.

2. Studi Pustaka

Dalam melakukan pengumpulan data, penulis menggunakan studi pustaka sebagai tambahan informasi melewati sumber seperti jurnal, artikel, buku dan lain-lain, sehingga penulis mendapatkan ilmu dan informasi yang dibutuhkan saat melakukan penelitian.

3.6 Teknik Analisa Data

Didalam penelitian, peneliti melakukan Analisa data dengan menggunakan penelitian kuantitatif, alasan mengapa peneliti memilih menggunakan penelitian kuantitatif dikarenakan data yang sudah didapat, peneliti ingin menentukan hubungan antara variabel dari dalam sebuah populasi oleh karena itu metode kuantitatif merupakan metode yang tepat untuk digunakan.

Data yang digunakan merupakan data dari informasi yang sudah dikumpulkan melalui survey dan kuesioner yang peneliti sebar terlebih dahulu.

3.7 Definisi operasional Variabel

Variabel operasional tersusun atas indikator pertanyaan yang diperoleh dari jurnal utama Ejdys and Gulc (2020) dan jurnal pendukung Faisal dan Kraugusteeliana (2019) yang menjadi acuan dalam penelitian ini. Skala yang digunakan dalam penelitian adalah skala Likert mengukur dari angka 1 (satu) mewakili “Sangat tidak setuju” sampai dengan Angka 5 (lima) mewakili “Sangat Setuju”. Didalam penelitian ini penulis mendapatkan 5 variabel dengan 20 indikator, pada variabel *Ease of Use* memiliki 3 indikator, *Usefulness* memiliki 4 indikator, *Trust* memiliki 5 indikator, *Perceived Service Quality* memiliki 3 indikator dan *Future Intention to Use* memiliki 5 indikator, berikut merupakan tabel definisi operasional dari masing-masing variabel.

Tabel 3.1 Tabel Definisi Ease of Use of Courier Service

No	Variabel	Dimensi	Pernyataan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
1	<i>Ease of Use of Courier Service</i>	EU1	<i>Factor Ease of Use of Courier</i> adalah mengukur kemudahan dari pengguna dalam menggunakan sistem atau teknologi	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
	<i>Ease of Use of Courier Service</i>	EU2	<i>Factor Ease of Use of Courier</i> adalah mengukur kemudahan dari pengguna dalam menggunakan sistem atau teknologi	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
	<i>Ease of Use of Courier Service</i>	EU3	<i>Factor Ease of Use of Courier</i> adalah mengukur kemudahan dari pengguna dalam menggunakan sistem atau teknologi	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.

Sumber : Journal ejdys and Gulc

Tabel 3.2 Definisi Usefulness of Courier Service

No	Variabel	Dimensi	Pernyataan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
2	<i>Usefulness Courier Service</i>	U1	Factor <i>Usefulness Courier Service</i> mengukur sejauh mana pengguna yakin bahwa menggunakan sistem atau teknologi akan meningkatkan hasil pekerjaan	Joanna Ej dys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
	<i>Usefulness Courier Service</i>	U2	Factor <i>Usefulness Courier Service</i> mengukur sejauh mana pengguna yakin bahwa menggunakan sistem atau teknologi akan meningkatkan hasil pekerjaan	Joanna Ej dys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
	<i>Usefulness Courier Service</i>	U3	Factor <i>Usefulness Courier Service</i> mengukur sejauh mana pengguna yakin bahwa menggunakan sistem atau teknologi akan meningkatkan hasil pekerjaan	Joanna Ej dys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.

	<i>Usefulness Courier Service</i>	U4	<i>Factor Usefulness Courier Service</i> mengukur sejauh mana pengguna yakin bahwa menggunakan sistem atau teknologi akan meningkatkan hasil pekerjaan	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
--	-----------------------------------	----	--	---	---

Sumber : *Journal ejdys and Gulc*

Tabel 3.3 Definisi *Trust in Courier Service*

No	Variabel	Dimensi	Pernyataan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
3	<i>Trust in Courier Service</i>	T1	<i>Factor Trust in Courier Service</i> mengukur kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh kurir.	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.

<i>Trust in Courier Service</i>	T2	<i>Factor Trust in Courier Service</i> mengukur kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh kurir.	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
<i>Trust in Courier Service</i>	T3	<i>Factor Trust in Courier Service</i> mengukur kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh kurir.	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
<i>Trust in Courier Service</i>	T4	<i>Factor Trust in Courier Service</i> mengukur kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh kurir.	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
<i>Trust in Courier Service</i>	T5	<i>Factor Trust in Courier Service</i> mengukur kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh kurir.	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.

Sumber : Journal ejdys and Gulc

Tabel 3.4 Definisi Perceived Service Quality

No	Variabel	Dimensi	Pernyataan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
4	<i>Perceived Service Quality</i>	SQ1	<i>Factor Perceived Service Quality</i> sebagai ukuran kinerja bisnis dan posisi di pasar sebagai kunci keunggulan.	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
	<i>Perceived Service Quality</i>	SQ2	<i>Factor Perceived Service Quality</i> sebagai ukuran dari hasil sistem yang digunakan untuk mendukung pekerjaan/ aktivitas	Muhammad Faisal dan Kraugusteeliana (2019)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
	<i>Perceived Service Quality</i>	SQ3	<i>Factor Perceived Service Quality</i> sebagai ukuran dari hasil sistem yang digunakan untuk mendukung pekerjaan/ aktivitas	Muhammad Faisal dan Kraugusteeliana (2019)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.

Sumber : Journal Joanna ejdys,Aleksandra Gulc, Muhammad Faisal dan Kraugsteelina

Tabel 3.5 Definisi Future Intention

No	Variabel	Dimensi	Pernyataan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
5	<i>Future Intention to Use</i>	FI1	<i>Factor Future Intention to Use</i> mengukur kepuasan dari konsumen untuk menggunakan kembali	Joanna Ejdys and Aleksandra Gulc (2020)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
	<i>Future Intention to Use</i>	FI2	<i>Factor Perceived Service Quality</i> mengukur rencana dari konsumen untuk menggunakan kembali	Muhammad Faisal dan Kraugusteeliana (2019)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
	<i>Future Intention to Use</i>	FI3	<i>Factor Perceived Service Quality</i> mengukur niat dari konsumen untuk menggunakan kembali	Muhammad Faisal dan Kraugusteeliana (2019)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.

No	Variabel	Dimensi	Pernyataan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
5	<i>Future Intention to Use</i>	FI4	<i>Factor Future Intention to Use</i> mengukur Rekomendasi dari konsumen untuk menggunakan kembali	Muhammad Faisal dan Kraugusteeliana (2019)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.
	<i>Future Intention to Use</i>	FI5	<i>Factor Future Intention to Use</i> mengukur Prediksi dari konsumen untuk menggunakan kembali	Muhammad Faisal dan Kraugusteeliana (2019)	Skala jenis likert: (1) Sangat rendah, (2) Rendah, (3) Netral, (4) Tinggi, (5) Sangat tinggi.

Sumber : Journal ejdys, Gulc, Faisal dan Kraugsteelina

3.8 Teknik Pengolahan Analisi Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan proses mengukur seberapa akurat indikator atau bentuk pertanyaan terhadap sebuah kejadian atau fenomena yang menjadi objek penelitian (Malhorta et al, 2017). Didalam penelitian ini untuk mengukur validitas menggunakan program SmartPLS untuk mengukur setiap indikator pertanyaan.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dipakai sebagai alat uji penelitian apakah data yang diambil merupakan data yang konsisten ketika melakukan pengambilan data secara berulang-ulang untuk menguji dan meneliti sebuah variabel atau perilaku yang diteliti oleh penelitian.(Malhora et al,2017) Didalam penelitian ini untuk mengukur uji realibilitas peneliti menggunakan program SmartPLS.

3.8.1 Metode Analisa Data Menggunakan Structural Equation Model (SEM)

Didalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara, *Ease of Use of Courier Service* , *Usefulness, of Courier Service* , *Trust in Courier Service*, *Preceived Service Quality*, *Future Intention*. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode Structuran Equation Model (SEM) untuk menguji model dari jurnal utama. Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas.

3.8.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran disebut juga sebagai model bagian kuat dimana pada model ini menjelaskan hubungan variable indicator dengan variabel latennya.

A. *Convergent Validity*

Convergent validity menjelaskan setiap indikator konstruk dapat dikatakan realibilitas yang baik jika memiliki nilai tidak kurang dari 0,70 dan jika memiliki nilai loading 0,50 sampai 0,60 maka dapat dikatakan cukup, namun jika dibawah 0,50 variable tersebut ditolah dari model.

B. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity termasuk kedalam outer loading, dapat dikatakan *Discriminant Validity* jika hasil dari pengukuran konsep dapat membedakan diri dengan hasil konsep yang dikatakan berbeda.

C. *Composite Reliability*

Dengan menggunakan *composite reliability* untuk menguji validitas instrumen yang terdapat didalam model penelitian. Mempunyai kegunaan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat di percaya atau diandalkan, apakah jawaban dari responden konsisten atau tidak dalam sebuah pernyataan didalam kuesioner.

3.8.3. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Dalam stuktural dapat dikatakan sebagai model bagian dalam atau Inner model yang didalamnya terdapat hubungan satu dengan yang

lainnya. Variable Laten dapat dibagi mejadi 2 yaitu variable eksogen dan endogen.

3.8.4. Uji Hipotesis (Pengaruh Antar Model)

Dengan menggunakan metode PLS-SEM pengujian terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi seperti nilai t-statistik dan nilai p-value. Terdapat nilai atau standar yang harus dipenuhi dalam menentukan sebuah hipotesis, berikut merupakan kriteria atau standar yang harus dipenuhi.

A. T-statistik (T-Statistic)

Merupakan pengujian yang menuntukan sebarapa jauh nilai pengaruh satu *variable independent* dalam konteks secara individual dalam menerangkan variasi *variable dependent*. Nilai statistic lebih besar dari 1.64 merupakan (*two tailed*) dan untuk nilai t-statistik lebih besar dari 1.96 (*one tailed*)

B. P-Value

Merupakan pengujian *hypothesis* antar variable apakah dinyatakan berpengaruh secara seignifikan bila nilai p-value kurang dari 0,05, karena tingkat *error* yang terjadi dibawah angka 0.05

C. R-Square

Pengukuran R-square dilihat dari nilai koefisien determinasi jika mendekati 1, dapat diartikan variabel yang dimiliki dapat memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk dapat mengetahui dan memprediksi variabel-variabel dependen. Menurut Ghozali, (2005) Terdapat 3 klasifikasi kriteria *R-square* yaitu: apabila *R-square* memiliki nilai 0,75 maka dapat diartikan model yang kuat. Lalu jika *R-square* memiliki nilai 0,50 maka dapat diartikan model yang sedang, dan jika *R-square* memiliki nilai 0,25 maka dapat diartikan model yang lemah.