



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. Global Jet *Express* atau yang lebih sering dikenal dengan nama dagang *J&T Express* adalah perusahaan pengiriman internasional yang didirikan pada Agustus 2015 di Jakarta, Indonesia. *J&T Express* berkembang pesat, dengan bisnis intinya yakni dalam menyediakan layanan ekspres dan logistik lintas batas. *J&T Express* berkomitmen untuk selalu menciptakan pengalaman berkualitas terintegrasi bagi pelanggannya secara global. Jaringan *J&T Express* saat ini telah mencakup sebanyak sebelas negara, diantaranya adalah China, Indonesia, Vietnam, Malaysia, Thailand, Filipina, Kamboja, Singapura, UEA (Uni Emirat Arab), Arab Saudi dan Meksiko, dan melayani lebih dari 2 miliar orang (*J&T Express* Indonesia, 2022).

Berikut ini merupakan profil singkat dari perusahaan PT. Global Jet *Express*:

Nama Perusahaan : PT Global Jet Express (*J&T Express*)

Jenis Badan Usaha : Perseroan Terbatas (PT)

Alamat : Jalan Pluit Selatan Raya

Landmark Pluit 8, 9, 10th Floor

Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450 –
Indonesia

Bidang Usaha : *Freight Transportation Arrangement*

Website : www.jet.co.id

Telepon : +62-2180661888



Gambar 3. 1 Logo Perusahaan J&T Express

Sumber: www.jet.co.id

Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada PT. Global Jet *Express* atau yang lebih sering dikenal dengan nama dagang *J&T Express*. Perusahaan ini bergerak dibidang industri Freight Transportation Arrangement, dimana *J&T Express* ini menyediakan jasa transportasi dan pengiriman barang dengan beberapa jenis pilihan layanan.

Berikut ini merupakan beberapa jenis pilihan layanan yang disediakan oleh *J&T Express*, antara lain:

1) EZ

Dengan estimasi waktu sampai dalam 2-3 hari dan cakupannya ke seluruh Indonesia.

2) ECO

Dengan estimasi waktu sampai dalam 5-14 hari dan cakupannya ke seluruh Pulau Jawa.

3) J&T SUPER

Dengan estimasi waktu sampai dalam 1-2 hari dan cakupannya ke Jawa, Bali, Kalimantan, Sumatra, Sulawesi, Batam.

Pilihan layanan diatas memiliki perbedaan mulai dari estimasi waktu sampai pengiriman, luas wilayah yang dicakup, serta terdapat perbedaan harga antara layanan yang lebih cepat sampai dan layanan ekonomis yang harganya akan lebih terjangkau. Beberapa pilihan layanan tersebut dapat dipilih oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Penelitian ini peneliti lakukan untuk mengetahui pengaruh *service quality*, *perceived value*, dan *trust* pada perusahaan J&T Express terhadap *customer satisfaction*.

3.1.2 Sejarah Perusahaan

PT. Global Jet Express atau yang lebih dikenal dengan nama dagang J&T Express merupakan perusahaan pengiriman internasional yang didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015 di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini bergerak dibidang industri *Freight Transportation Arrangement*, dimana perusahaan ekspedisi ini menyediakan jasa

transportasi dan pengiriman barang dengan beberapa jenis pilihan layanan yang dapat dipilih oleh pelanggan.

Berikut ini merupakan riwayat singkat perusahaan J&T *Express* dari tahun ke tahun, yaitu:

1. Pada tahun 2015, J&T *Express* pertama kali didirikan di Indonesia dengan menghadirkan layanan pionir operasional 365 hari tanpa libur.
2. Pada tahun 2016, J&T *Express* berhasil menjangkau seluruh wilayah di Indonesia tanpa pihak ketiga.
3. Pada tahun 2017, J&T *Express* menjadi brand pertama di Indonesia yang berfokus pada bisnis *online* dengan slogannya yang berbunyi '*Express Your Online Business*'.
4. Pada tahun 2018, J&T *Express* sukses meraih *Top Brand Award 2018* dan melakukan ekspansi ke negara-negara di Asia Tenggara, yakni Vietnam pada Juli 2018, dan Malaysia pada Agustus 2018.
5. Pada tahun 2019, J&T *Express* meraih penghargaan *Go Asean Champion 2019* dan melakukan ekspansi ke negara-negara di Asia Tenggara lainnya, yakni Filipina dan Thailand pada Maret 2019, dan Kamboja pada Oktober 2019.
6. Pada tahun 2020, J&T *Express* terus melakukan ekspansi ke negara-negara lainnya, yaitu Singapura pada Januari 2020, dan China pada bulan Maret 2020.

7. Pada tahun 2021, J&T *Express* meluncurkan pesawat kargo pertamanya, yang menandai awal dari angkutan udara premium yang disediakan oleh J&T *Express*.
8. Pada Januari 2022, J&T *Express* melakukan ekspansi ke UEA dan Arab Saudi. Kemudian, dilanjutkan dengan ekspansinya ke Mexico pada Februari 2022

3.1.3 Visi Misi Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Visi perusahaan J&T *Express* ialah menjadi perusahaan yang sehat dan berkelanjutan (*sustainable*).

Sehat yang dimaksud adalah perusahaan yang aktivitasnya menghasilkan hal-hal yang positif

Sustainable corporation atau perusahaan yang berkelanjutan, artinya perusahaan ini mementingkan kepentingan konsumen dan karyawannya dalam jangka panjang, yang menciptakan green strategy dimana strategi bisnis ini tidak hanya mengutamakan keuntungan atau profit tetapi juga bagaimana bisnis ini dapat berkembang dan tumbuh di lingkungan social.

2. Misi Perusahaan

Misi perusahaan J&T *Express* yaitu berfokus kepada pelanggan dan efisiensi (*customer oriented & efficiency based*) sebagai akan dari layanan.

3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Global Jet *Express* didirikan oleh mantan CEO Oppo Indonesia yang bernama Jet Lee pada tahun 2015. Ia berhenti setelah menjabat sebagai CEO Oppo Indonesia selama kurang lebih 3 tahun, dan mulai menjalani bisnis ekspedisi ini. Jet Lee menjabat sebagai founder sekaligus CEO pertama dari perusahaan ekspedisi J&T *Express*. Jet Lee bersama founder lainnya, yaitu Tony Chen menginvestasikan dana sebanyak 400 miliar sebagai modal awal untuk J&T *Express*.

Jet Lee dibantu dengan temannya yang bernama Robin Lo yang menjabat sebagai *managing director* J&T *Express*. Robin Lo merupakan orang kepercayaan Jet Lee saat masih bekerja di Oppo Indonesia. Pada tahun 2017, Robin Lo diangkat menjadi CEO J&T *Express* yang baru menggantikan Jet Lee.



3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif ini merupakan metode ilmiah yang data-datanya berbentuk angka ataupun bilangan, yang kemudian dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode perhitungan atau statistika untuk melakukan uji pembuktian hipotesis (Sekaran & Bougie, 2016). Metode kuantitatif merupakan metode yang objektif, yaitu dimana peneliti ingin menguji apakah ada korelasi dari fakta yang di dapat di lapangan dengan teori yang sudah ada sebelumnya. Data dari penelitian kuantitatif ini kemudian diperoleh dari populasi atau sampel yang sudah diseleksi, dan sudah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.

3.3 Etika Pengumpulan Data

Penelitian ini penulis lakukan setelah mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing. Setelah itu, dalam proses mencari dan mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Kuesioner tersebut sebelumnya diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Pada proses penyebaran kuesioner, responden yang memenuhi kriteria untuk menjadi subjek dari penelitian ini akan diberikan tujuan dari penyebaran kuesioner serta penjelasan dalam pengisian kuesioner pada bagian awal form. Kuesioner yang akan dibagikan kepada responden disusun dalam bentuk *Google Form*.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan karakteristik yang dimiliki oleh sekelompok orang atau kejadian. Populasi adalah sekumpulan orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang membuat peneliti ingin membuat opini mengenai hal tersebut (Sekaran & Bougie, 2016). Populasi yang terdapat pada penelitian ini adalah mereka atau orang-orang yang pernah berbelanja *online* dan menggunakan jasa layanan ekspedisi dari perusahaan J&T *Express*.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *purposive sampling*, sebagai teknik dalam pengumpulan sampel. Metode *purposive sampling* ini dilakukan dengan cara mengambil sampel yang memiliki kriteria tertentu, yaitu responden yang berjenis kelamin laki-laki atau perempuan, pernah melakukan belanja *online* dan menggunakan jasa layanan pengiriman ekspedisi J&T *Express* setidaknya sebanyak 2 kali dalam satu tahun terakhir. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 180 orang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner yang disusun dan dibagikan dalam bentuk *Google Form*. Kuesioner tersebut kemudian akan dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai subjek dari penelitian ini. Isi pernyataan didalam kuesioner tersebut berisi seputar topik dari penelitian yang sedang penulis lakukan, yaitu tentang *service quality*, *perceived value*, dan *trust*

terhadap *customer satisfaction* pada layanan jasa kirim J&T Express. Metode pengisian kuesioner ini menggunakan skala likert, dimana menurut (Sekaran & Bougie, 2016) skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk menunjukkan seberapa setuju atau tidaknya seorang responden pada sebuah pernyataan, yaitu dengan angka 1 yang mewakili “sangat tidak setuju”, sampai dengan angka 5 yang mewakili “sangat setuju”. Dalam proses pengumpulan data ini, peneliti menggunakan kuesioner dan menerima data sebanyak 195 responden, yang kemudian diseleksi sesuai dengan kriteria dari penelitian ini sampailah dimana penulis berhasil mendapatkan data dengan total sebanyak 180 responden.

3.6 Skala Pengukuran

Skala likert diperkenalkan oleh Rensis Likert pada tahun 1932 dan telah banyak digunakan sebagai alat untuk mengukur atribut yang dapat diamati dalam studi ilmu sosial (Li, 2013). Menurut skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat sekelompok orang ataupun individu mengenai suatu gejala atau fenomena. Skala likert merupakan suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner. Skala likert juga merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala likert (*likert scale*) merupakan skala yang digunakan dalam kuesioner untuk mendapatkan preferensi dari responden atas sebuah pernyataan atau serangkaian laporan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran likert 5 poin, yaitu:

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

3.7 Operasionalisasi Variabel

4 Tabel 3. 1 Skala Pengukuran: *Likert Scale*

Variabel	Definisi variabel	Pernyataan	Skala
<i>Service Quality</i>	<i>Service Quality</i> (Servqual) merupakan hasil dari proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan harapan mereka dengan layanan yang telah mereka terima. SERVQUAL Instrument mengukur service quality (kualitas layanan) yang dialami oleh pelanggan dengan five dimensions of Service Quality, yaitu: Assurance, Empathy, Reliability, Responsiveness, and Tangibility.	(Pernyataan variable <i>service quality: Assurance, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Empathy</i>).	<i>Likert scale 1-5</i>
<i>Assurance</i>	<i>Assurance</i> adalah salah satu dimensi yang mengukur service quality yang berkaitan dengan peningkatan	Kurir pengiriman J&T Express memiliki pengalaman dalam pekerjaan mereka	<i>Likert scale 1-5</i>

	kepercayaan dan keyakinan dari suatu layanan yang telah diberikan.	Kurir pengiriman J&T Express berperilaku sopan kepada pelanggan	<i>Likert scale</i> 1-5
		Kurir pengiriman J&T Express memberikan jawaban lengkap atas pertanyaan pelanggan	<i>Likert scale</i> 1-5
		Menurut saya, kurir pengiriman J&T Express secara personal aman dan terlindungi saat mengirimkan barang	<i>Likert scale</i> 1-5
<i>Empathy</i>	<i>Empathy</i> merupakan dimensi yang mengukur service quality dengan memberikan perhatian secara individu dengan penuh semangat.	Personil pengiriman J&T Express menggunakan inisiatif pribadi untuk memenuhi permintaan pelanggan	<i>Likert scale</i> 1-5
		Jam operasional pengiriman barang J&T Express nyaman bagi saya	<i>Likert scale</i> 1-5
		Kurir pengiriman J&T Express mengutamakan kepentingan pelanggan	<i>Likert scale</i> 1-5
		Kurir pengiriman J&T Express berusaha ekstra untuk	<i>Likert scale</i> 1-5

		melayani permintaan khusus pelanggan	
<i>Reliability</i>	<i>Reliability</i> adalah salah satu dimensi yang mengukur service quality berdasarkan konsistensi dan kehandalan kinerja pekerja.	Kurir pengiriman J&T Express mengirimkan paket ke lokasi yang tepat	<i>Likert scale 1-5</i>
		Kurir pengiriman J&T Express menyimpan catatan pengiriman (reservasi, tagihan, dll.) secara akurat	<i>Likert scale 1-5</i>
		Kurir pengiriman J&T Express mengirimkan paket pada waktu yang dijanjikan	<i>Likert scale 1-5</i>
		Kurir pengiriman J&T Express menjaga kerahasiaan dan privasi	<i>Likert scale 1-5</i>
<i>Responsive</i>	<i>Responsiveness</i> merupakan dimensi yang mengukur service quality berdasarkan kesediaan pekerja untuk melayani pelanggan tepat waktu sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan.	Kurir pengiriman J&T Express tidak terburu-buru saat mengirimkan barang kepada pelanggan	<i>Likert scale 1-5</i>
		Kurir pengiriman J&T Express selalu bersedia membantu pelanggan	<i>Likert scale 1-5</i>
		Kurir pengiriman J&T Express mengirimkan barang secepat mungkin	<i>Likert scale 1-5</i>

		Kurir pengiriman J&T Express memberikan perhatian yang layak kepada pelanggan mereka	<i>Likert scale</i> 1-5
<i>Tangibility</i>	<i>Tangibility</i> merupakan salah satu dimensi yang mengukur service quality berdasarkan physical appearance atau penampilan fisik dari layanan yang diberikan ataupun lingkungan sekitarnya, agar keberadaan layanan atau lingkungan tersebut dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan.	Kurir pengiriman J&T Express terlihat bagus dan berpakaian rapih	<i>Likert scale</i> 1-5
		Kurir pengiriman J&T Express menggunakan alat dan perangkat yang canggih	<i>Likert scale</i> 1-5
		Dekorasi J&T Express memiliki penampilan yang baik	<i>Likert scale</i> 1-5
		Pengaturan layanan J&T Express terkoordinasi dengan baik	<i>Likert scale</i> 1-5
<i>Trust</i>	<i>Trust</i> adalah keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan tentang suatu produk atau layanan yang telah diterima.	Saya merasa nyaman menggunakan layanan pengiriman J&T Express ke rumah	<i>Likert scale</i> 1-5
		Saya merasa layanan pengiriman J&T Express aman	<i>Likert scale</i> 1-5

		Layanan pengiriman J&T Express selalu memberikan apa yang dijanjikan	<i>Likert scale</i> 1-5
		Saya selalu percaya dengan brand J&T Express	<i>Likert scale</i> 1-5
<i>Customer Perceived Value</i>	<i>Customer perceived value</i> (nilai yang dirasakan pelanggan) adalah perbandingan antara apa yang diinginkan pelanggan dari suatu produk atau layanan yang diterima, dengan manfaat yang dirasakan (<i>perceived benefit</i>) dan harga yang dibayarkan (<i>perceived price</i>) oleh pelanggan.	Kualitas layanan kurir pengiriman J&T Express tinggi	<i>Likert scale</i> 1-5
		Menerima layanan pengiriman pembelian online membuat saya menjadi santai	<i>Likert scale</i> 1-5
		Saya merasa senang menerima pelayanan dari pengiriman J&T Express	<i>Likert scale</i> 1-5
		Saya merasa percaya dan yakin dalam menerima layanan pengiriman pembelian online	<i>Likert scale</i> 1-5
<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Customer satisfaction</i> (kepuasan pelanggan) adalah pengalaman yang muncul dari persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang telah diterima.	Layanan pengiriman J&T Express memenuhi harapan saya	<i>Likert scale</i> 1-5
		Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan	<i>Likert scale</i> 1-5

		layanan pengiriman J&T Express	
		Saya akan memanfaatkan layanan pengiriman J&T Express lagi di lain waktu	<i>Likert scale</i> 1-5
		Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan layanan pengiriman J&T Express	<i>Likert scale</i> 1-5
		Saya sangat puas dengan layanan dari kurir pengiriman J&T Express	<i>Likert scale</i> 1-5

4.7 Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul, selanjutnya akan dilakukan analisis data dengan cara diolah. Dilakukannya analisis data bertujuan agar penulis dapat mengetahui pemecahan dari masalah penelitian yang sedang dilakukan dan juga dapat digunakan untuk menguji hipotesis dari penelitian ini.

Penelitian ini mengikuti prosedur analisis data dua langkah (*two-step data analysis procedure*), yaitu *Structural Equation Modelling (SEM)*. *SEM* merupakan teknik analisis data yang populer dan banyak digunakan dalam *behavioral science* (Zhou et al., 2021). Pada langkah pertama, *the outer model*, atau model pengukuran akan diperiksa untuk memeriksa *construct reliability*, *convergent validity* dan *discriminant validity*. Langkah kedua berfokus untuk

menevaluasi *the inner model*, atau model struktural, untuk menyelidiki hubungan antara variabel independen dan dependen (Uzir et al., 2021). Pengujian ini menggunakan *partial least square structural equation modeling (PLS-SEM)* melalui versi *SmartPLS 3.2.9*.

4.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan oleh peneliti untuk menguji alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) uji validitas mengacu pada akurasi pengukuran, dan apakah pengukuran tersebut mengukur objek yang benar. Uji validitas sendiri dibagi menjadi 3 jenis, yaitu validitas konten, validitas yang berhubungan dengan kriteria, dan validitas konstruk. Validitas konten memastikan bahwa pengujian yang dilakukan mencakup seperangkat item yang memadai dan merepresentasikan konsep yang ingin diangkat (Sekaran & Bougie, 2016). Maka dari itu semakin banyak item yang mewakili domain dari konsep yang diukur, maka semakin besar juga nilai validitas konten yang dimiliki.

Uji validitas yang kedua adalah uji validitas yang berhubungan dengan kriteria, uji validitas ini digunakan saat pengukuran dapat membedakan individu pada sebuah kriteria yang telah ditetapkan. Terdapat 2 jenis uji dalam penerapannya, yaitu

1. *Concurrent validity* : Validitas kebersamaan digunakan saat skala mendiskriminasi individu yang diketahui berbeda. Sehingga mereka harus memberi skor yang berbeda pada instrumen.

2. *Predictive validity* : Validitas prediktif menunjukkan kemampuan alat ukur untuk dapat membedakan tiap individu dengan mengacu pada kriteria yang telah ditetapkan untuk kedepannya.

Uji validitas yang ketiga adalah uji validitas konstruk, uji ini membuktikan seberapa baik hasil yang akan didapat dari penggunaan alat ukur yang sesuai dengan teori di sekitar rancangan tes. Terdapat 2 jenis uji validitas konstruk, yaitu

1. *Convergent validity* : Mengacu pada hasil dua pengukuran berbeda yang mengukur objek yang sama dan berkorelasi.
2. *Discriminant validity* : Mengacu pada dua variabel yang tidak berkorelasi, dan didukung dari data yang didapatkan dari hasil pengukuran.

Dalam aplikasinya validitas konvergen dan validitas diskriminan bisa digunakan untuk menganalisis tingkat pemenuhan indikator yang disediakan di dalam kuisioner untuk mengukur suatu konsep. Validitas konvergen dapat mengukur sejauh mana sebuah skala terhubung dengan ukuran lain dari konstruk yang sama.

Penelitian ini menggunakan uji validitas konstruk yang meliputi validitas konvergen dan validitas diskriminan. Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan uji *Average Variance Extracted (AVE)* melalui *software PLS*. Uji *AVE* dilakukan dengan menghitung jumlah kuadrat dari semua muatan faktor yang terstandarisasi, lalu dibagi dengan jumlah total

item. Tes AVE dikatakan baik jika hasilnya sama atau lebih tinggi dari 0,5. Jika hasilnya dibawah 0,5 maka terdapat kesalah terhadap item yang diuji.

b) Uji Reliabilitas

Tes reabilitas digunakan untuk mengetes alat pengukur guna menunjukkan sejauh mana alat tersebut bekerja tanpa bias, serta memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrumen (Sekaran & Bougie, 2016). Uji reabilitas dibagi menjadi 2 yaitu stabilitas ukuran dan internal konsistensi ukuran. Dimana tiap jenis memiliki 2 model penelitian, dalam metode stabilitas ukuran terdapat *test-retest reliability* dan *parallel-form reliability*. Sedangkan di metode internal konsistensi ukuran terdapat *interim concistency reliability* dan *split-half reliability*.

Test-retest reliability adalah tes yang berguna untuk mencari tingkat reabilitas dengan membagikan kuisisioner yang sama kepada responden yang sama dalam waktu yang berbeda. Bisa dilakukan beberapa minggu atau bulan setelah pembagian kuisisioner pertama. Setelah mebagikan kuisisioner dalam 2 periode waktu yang berbeda, peneliti melakukan tes untuk melihat korelasi terhadap 2 hasil penelitian tersebut. Semakin tinggi hasil korelasinya maka semakin baik tingkat stabilitas ukuran yang diperoleh.

Sama halnya dengan *test-retest reliability*, *parallel-form reliability* adalah tes yang digunakan untuk mengukur stabilitas ukuran pada intrumen penelitian yang digunakan. Bedanya ada pendekatan yang dilakukan, jika *test-retest* dilakukan dengan membagikan kuisisioner yang sama dalam waktu

yang berbeda. *Parallel-form* dilakukan dengan mengubah kata-kata dan urutan pertanyaan pada kuisisioner asli. Semakin tinggi korelasi dari hasil kedua kuisisioner tersebut, menandakan instrumen dapat diandalkan dalam sebuah penelitian.

Interim consistency reliability adalah tes yang dilakukan dengan membandingkan hasil dari semua responden dengan menggunakan kuisisioner yang sama. Jika korelasinya makin tinggi, menandakan semakin baik alat uji nya. Dalam tes konsistensi ini, penggunaan koefisien *Cronbach's Alpha* menjadi salah satu yang paling sering dilakukan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Cronbach's alpha* sebagai koefisien pengukuran konsistensi dari data yang diperoleh melalui kuisisioner. Alasan penggunaan *Cronbach's Alpha* karena dengan tes ini penulis dapat mengukur tingkat konsistensi tiap item dari para responden secara langsung. Jika dalam sebuah penelitian ditemukan nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,7 maka hasil tersebut dapat diterima dan dinyatakan konsisten (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini sistem pengolahan data akan menggunakan software *Smart-PLS*.

3.9 Analisis Data Penelitian

Uji Hipotesis

Uji hipotesis juga akan dilakukan menggunakan *software Smart PLS*, penggunaan *software* ini didasari oleh jumlah sampel yang digunakan relatif lebih kecil jika dibandingkan *software* lainnya seperti *AMOS* atau *LISREL*.

Selain itu program ini juga dianggap lebih siap dalam menghasilkan data yang lebih bisa diandalkan ketika hubungan antara teori pendukung dan variabel tidak terlalu kuat. Terakhir program ini lebih fleksibel jika ditemukan distribusi data yang tidak normal dalam penelitian.

Tabel 3. 2 Tabel PLS – SEM

Tahap 1: Evaluasi Model Pengukuran	
Tahap 1a: Model Pengukuran Reflektif	Tahap 1b. Model Pengukuran Formatif
<ul style="list-style-type: none"> * Konsistensi internal (keandalan komposit) * Indikator keandalan * Validitas konvergen (rata-rata varian diekstraksi) * Validitas diskriminatif 	<ul style="list-style-type: none"> * Validitas konvergen * Kolinearitas antar indikator * Signifikansi dan relevansi bobot luar
Tahap 2: Evaluasi model struktural	
<ul style="list-style-type: none"> * Koefisien determinan (R^2) * Ukuran dan signifikansi koefisien jalur * Nilai P * T Statistik 	

R^2 adalah ukuran yang berguna untuk melihat seberapa besar konstruk dapat menjelaskan varians yang dipengaruhi oleh konstruk lain di dalam model. Rentang nilai R^2 adalah 0-1 dimana semakin tinggi nilai R^2 maka konstruk semakin bisa menjelaskan varians yang dipengaruhi oleh konstruk lain di dalam model penelitian. Nilai R^2 sebesar 0,75 menandakan 75% varians dapat dijelaskan oleh konstruk di dalam model penelitian, sementara sisanya sebesar 25% dijelaskan oleh

konstruk lain diluar model penelitian. Menurut (Hair et al., 2016) nilai R^2 sebesar 0,75 dianggap kuat, 0,5 dianggap moderat, dan nilai 0,25 dianggap lemah.

t-statistic digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis, nilai *t-statistic* harus diatas 1,96 sehingga variabel bisa dianggap signifikan terhadap variabel lainya. Sedangkan *p-value* adalah nilai dari probabilitas kesalahan yang dapat terjadi pada proses penelitian. Nilai *p-value* yang dapat ditoleransi adalah dibawah 0,05 atau sebesar 5%, jika nilai *p-value* lebih dari 5% maka variabel tersebut akan ditolak, karena nilai *p-value* nya diatas dari toleransi maksimal peneliti.

