

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Berdasarkan informasi yang didapatkan penulis, PT. HASTA PERKASA GRAHA Merupakan sebuah perusahaan swasta yang didirikan tahun 1980 untuk mendistribusikan peralatan pneumatic untuk perusahaan manufaktur di Indonesia. Dalam tahun yang sama, perusahaan memperluas jangkauan produk dengan peralatan penanganan material. Sebagai sektor industri mulai berkembang, Hasta memutuskan untuk mendirikan dua divisi baru, untuk memasarkan HMF, Ferrari, Hydraulic Crane, snorkel kerja peningkatan landasan dan Crown forklift listrik. Cabang Surabaya selanjutnya dibentuk pada tahun 1985 untuk memenuhi kebutuhan pasar bagian timur Indonesia.

Pada tahun 1995, perusahaan memutuskan untuk melakukan penawaran produk TENNANT penyapu dan scrubber. Tonggak lain dicapai pada awal tahun 2002 dengan pembentukan PT. Hasta Putra Perkasa untuk berkonsentrasi terutama pada perluasan divisi CROWN. Sepanjang filosofi PT. Hasta dan strategi selalu berpusat di sekitar pelanggan. PT. Hasta terus – menerus melihat bisnis kami dari sudut pelanggan untuk memastikan dan memuaskan kebutuhan pelanggan.



Gambar 3.1 Logo PT. Hasta
Sumber: Penulis,2024

Struktur organisasi perusahaan PT Hasta Perkasa Graha dikepalai oleh direktur Utama bernama David Oka Gunawan yang mengepalai struktur

perusahaan tersebut, dengan di bawahnya terdapat 4 divisi yang dinamakan Finance Division, pneumatic Division, crane Division, floor care Division, frame Division.

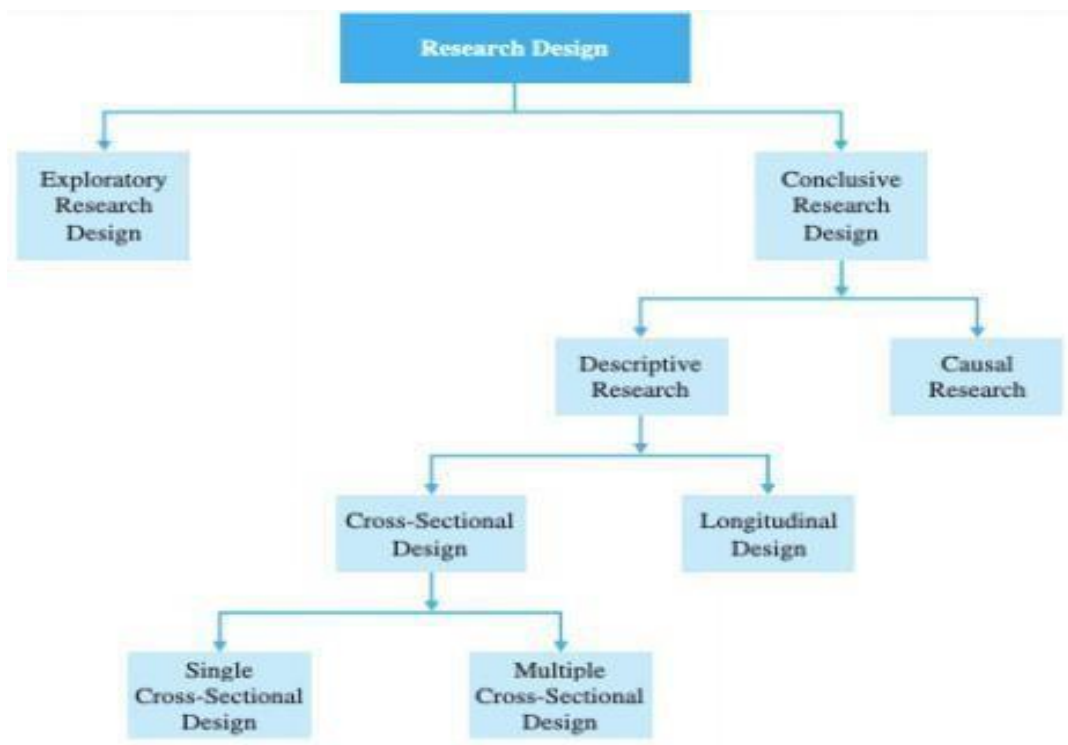
- Pada bagian finance Division yang mengurus semua keuangan dari empat divisi tersebut tugas dari Divisi finance ini bertanggung jawab untuk menyusun dan melakukan verifikasi laporan keuangan, melaksanakan pembayaran tagihan, membuat laporan analisis keuangan, menyusun laporan jurnal tentang pembiayaan lainnya, mengurus pembiayaan untuk perusahaan dan menyusun dan mendata berbagai dokumen tagihan.
- Pneumatic Division distributor yang menjual bagian peralatan atau spare part pneumatic pada perusahaan industrial seperti Air Trap, Air Filter, Regulator, Solenoid Valve, Air Cylinder. selain menjual alat dan spare part pneumatic, divisi ini juga dapat menerima jasa service terutama kepada perusahaan yang melakukan pembelian alat pneumatic. Seluruh produk pneumatic di PT Hasta Perkasa Graha berasal dari luar negeri dengan sistem pembelian barang impor dari perusahaan Jerman yang bernama Airtec serta perusahaan yang berasal dari Hongkong yang bernama Norgren.
- Crane Division menjual crane elevating yang menggunakan sistem hidrolic yang berfungsi untuk mengangkat dan menurunkan beban muatan dari atas ke bawah. Di bagian divisi crane memiliki berbagai macam penjualan crane seperti hydraulic Crane yang berfungsi untuk mengangkat ribuan kilo barang, biasanya digunakan untuk pengerjaan konstruksi Gedung dan jalan raya, Rough Terrain Cranes digunakan untuk mengerjakan proyek konstruksi berat seperti proyek jembatan, Crawler Cranes biasanya paling banyak digunakan di bagian belakang truk yang digunakan pada area konstruksi Carry Deck Crane ini memiliki jenis ukuran yang kecil dapat berputar hingga 360 derajat sehingga mampu mengangkut beban di ruang tertutup. Jenis atau produk dari crane ini berasal dari Denmark bernama HMF. Untuk divisi crane selain menjual alat crane juga dapat menyewa alat crane tersebut kepada perusahaan konstruksi yang membutuhkan.

- Floor Care Division untuk divisi ini menjual mesin pembersih lantai dan penyapu jalan serta scrubber yang biasanya digunakan di Gedung perkantoran, mall, supermarket, jalan maupun industry. mesin pembersih lantai PT Hasta Perkasa Graha bekerja sama dengan perusahaan pembuat yaitu Tennant Company yang berasal dari Amerika Serikat.
- Frame Division untuk divisi frame menjual alat pemotong untuk bingkai serta penyambung untuk bingkai, yang biasanya digunakan untuk pbingkaian gambar, pengerjaan kayu, batang tandu kanvas dan penyambung bingkai cermin. produk framing ini merupakan produk impor asal Italia dengan nama produk faliani.

3.2 Desain Penelitian

Menurut McCombes (2019), desain penelitian, juga dikenal sebagai strategi penelitian, adalah rencana yang dibuat untuk menjawab berbagai pertanyaan penelitian. Pada bagian ini adalah kerangka kerja yang mencakup langkah-langkah untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data. Tujuan dari desain penelitian adalah untuk memberikan rencana studi yang memungkinkan penilaian akurat tentang hubungan sebab dan akibat antara variabel independen dan dependen.

Menurut Naresh K. Malhotra (2008), desain penelitian adalah kerangka penelitian yang memungkinkan peneliti mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan dan menyelesaikan masalah penelitian.



Gambar 3.2 Research Design Sumber: Malhotra, (2008)

Dua jenis desain penelitian berbeda, menurut Malhotra (2008). Antara lain adalah:

1. *Exploratory Research Design*

Merupakan jenis penelitian yang memberikan pemahaman, wawasan, dan gagasan mengenai permasalahan yang dialami oleh peneliti.

2. *Conclusive Research Design*

Conclusive Research Design merupakan jenis penelitian yang lebih terstruktur daripada Exploratory Research Design dimana tujuan utama dari penelitian ini yaitu menguji suatu hubungan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan Conclusive Research Design karena peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang digunakan dan menguji hipotesis. Menurut (Nargdunkar, 2008) *Conclusive Research Design* terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. *Descriptive Research*

Merupakan penelitian yang memiliki fungsi untuk mendeskripsikan objek yang telah diteliti sebelumnya melalui proses pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *descriptive research*.

2. *Causal Research*

Causal Research biasa disebut sebagai penelitian eksplanatori. Penelitian tersebut memiliki fungsi untuk mengidentifikasi dan membuktikan hubungan sebab akibat dari beberapa variabel tertentu.

Menurut (Malhotra, 2008) *Descriptive Research* dibagi menjadi dua jenis, yaitu :

1. *Cross Sectional Design*

Merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menganalisis suatu konteks tertentu dan mengumpulkan informasi dari sampel populasi tertentu.

2. *Longitudinal Design*

Merupakan penelitian dimana menggunakan sampel tetap atau sampel yang sama dari populasi yang diukur berulang kali.

Malhotra (2008) juga membagi *Cross Sectional Design* atas dua jenis, yaitu :

1. *Single Cross Sectional Design*

Merupakan penelitian dengan hanya menggunakan satu sampel responden dan pengambilan data hanya dilakukan sekali saja.

2. *Multiple Cross Sectional Design*

Merupakan jenis penelitian yang menggunakan dua atau lebih sampel dan pengambilan data atau informasi dilakukan beberapa kali. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode ini karena pengambilan data dilakukan dalam 2 tahap, yaitu tahap *pre-test* dan *main-test*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga metode yang digunakan adalah *Conclusive Research Design*. Dikarenakan penelitian ini

ingin menguji hipotesis yang telah diformulasikan dan memahami hubungan antar variabel yang mempengaruhi *Pengaruh Hubungan Komitmen, Integrasi oleh Pelanggan dan Integrasi pada Pelanggan terhadap kinerja Supply Chain Performance di PT. Hasta Perkasa Graha*. Maka peneliti menggunakan *Descriptive Research Design* dan mengumpulkan data dengan survei menggunakan kuesioner. Kemudian metode pengambilan data menggunakan *Single Cross-Sectional Design*. Dikarenakan pengumpulan data dan informasi hanya dilakukan 1 (satu) kali terhadap 1 (satu) sampel yang diambil untuk menggambarkan sebuah populasi yang relevan dengan masalah penelitian.

3.2.1 Research Data

Menurut Malhotra (2020), terdapat dua jenis *research data* diantara lain:

1. *Primary data*

Primary data merupakan sumber data yang berasal dari peneliti untuk tujuan mengatasi permasalahan penelitian yang ada.

2. *Secondary data*

Secondary data merupakan sumber data yang dikumpulkan untuk menyelesaikan permasalahan dari penelitian lain.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan *primary data* serta *secondary data* untuk menjalankan penelitian ini. *Primary data* berasal dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan oleh penulis kepada beberapa responden yang sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat oleh penulis untuk menjadi sumber data utama dalam penelitian ini. *Secondary data* berasal dari berbagai penelitian terdahulu yang berasal dari jurnal maupun artikel terkait yang digunakan sebagai data pendukung penelitian ini.

3.2.2 Ruang Lingkup Penelitian

3.2.2.1 Target Populasi dan Sample Unit

Target populasi merupakan sekumpulan objek penelitian yang berisi informasi yang diperlukan sehingga dapat menyusun

kesimpulan dan keputusan yang harus dilakukan untuk penelitian (Malhotra, 2020). Sampel unit merupakan unit dasar yang berisikan beberapa objek populasi yang akan dijadikan menjadi objek penelitian (Malhotra, 2020)

Berdasarkan informasi yang diterima penulis, bahwa penulis melakukan penyebaran kuesioner dengan melakukan penelitian dan menggali informasi terlebih dahulu mengenai umur pada karyawan serta posisi atau jabatan setiap masing-masing karyawan PT. Hasta Perkasa Graha dan tingkat pendidikan akhir dari setiap masing-masing karyawan. sehingga dalam melakukan pengisian kuesioner para karyawan memahami setiap pertanyaan serta dapat menjawab pada saat melakukan pengisian kuesioner.

3.2.2.2 *Sampling Frame*

Sampling frame adalah sebuah konsep terkait kumpulan data objek yang telah menjadi target populasi, dimana elemen tersebut berisikan kumpulan yang dapat mengidentifikasi target populasi penelitian (Malhotra, 2020). *Sampling frame* dimiliki oleh penelitian ini karena peneliti memiliki data populasi yang akan dijadikan sebagai target responden dalam penelitian ini.

3.2.2.3 *Sampling Technique*

Malhotra (2020), menyatakan bahwa terdapat dua teknik untuk melakukan *sampling* yaitu *probability sampling* dan *non-propability sampling*, sebagai berikut:

1. *Probability Sampling*

Propability sampling merupakan seluruh elemen dalam populasi yang dimiliki kesempatan untuk menjadi sampel dari penelitian. Menurut Malhotra (2020). *Probability sampling* terbagi menjadi 4 yaitu:

a) *Sample Random Sampling*

Elemen populasi telah diketahui dan terdapat peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Pengambilan dengan teknik ini, akan

dipilih secara acak dari *sampling frame* (Malhotra, 2020).

b) *Systematic sampling*

titik pertama akan terpilih secara acak, lalu setiap elemen populasi ke-n dalam *sampling frame* akan dipilih secara berturut-turut (Malhotra, 2020).

c) *Stratified Sampling*

Target populasi akan dibagi menjadi sub-populasi / strata. Melalui sub-populasi / strata tersebut, elemen populasi akan dipilih secara acak untuk dijadikan sampel penelitian (Malhotra, 2020).

d) *Cluster Sampling*

Target populasi terbagi ke dalam kelompok tertentu. Melalui kelompok tertentu, elemen populasi akan dipilih secara acak untuk dijadikan sampel penelitian

2. *Non-probability Sampling*

Non-probability sampling merupakan teknik yang dimana tidak semua orang memiliki kesempatan untuk menjadi sampel dari sebuah penelitian, tetapi memilih berdasarkan penilaian pribadi peneliti atau kemudahan yang dirasakan oleh peneliti dalam mengambil sampel. Menurut Malhotra (2020). *Non-probability sampling* terbagi menjadi 4 bagian, yaitu:

a) *Convenience Sampling*

Teknik yang paling nyaman sebab siapapun dapat dipilih sebagai sampel penelitian sehingga sampel penelitian dapat didapatkan secara mudah. (Malhotra, 2020).

b) *Judgemental Sampling*

Elemen populasi akan terpilih untuk dijadikan sampel penelitian berdasarkan penelitian dari peneliti. (Malhotra, 2020).

c) *Quota Sampling*

Elemen populasi yang dipilih berdasarkan karakter tertentu yang kemudian akan ditentukan kuota elemen populasi yang akan dipilih sebagai sampel penelitian sesuai kenyamanan atau penilaian dari peneliti (Malhotra, 2020).

d) *Snowball Sampling*

Penilaian sampel dilakukan secara acak, dimana responden selanjutnya akan dipilih berdasarkan karakteristik kelompok responden pertama.(Malhotra, 2020).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*. Karena dalam penelitian ini, pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang sesuai dengan batasan penelitian melalui *screening* yang dilakukan oleh peneliti. Serta dalam penelitian ini adanya *sampling frame* terkait informasi responden.

3.3 Prosedur Penelitian

3.2.1 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih lima bulan, dimana peneliti ini dimulai dari bulan Februari sampai Mei 2024. Penelitian ini melingkupi objek yang akan diteliti dan mencari data masalah yang dapat dijadikan sebagai fenomena permasalahan penelitian, menyusun latar belakang, menyusun masalah penelitian, menyusun penelitian terdahulu, melakukan pengumpulan data dan kemudian menganalisis data membuat kesimpulan dan saran.

3.2.2 Sumber Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti akan dirincikan sebagai berikut:

- 1) Pengumpulan data sekunder dilakukan oleh penulis sebagai informasi pendukung penelitian dengan mencari berita, jurnal, maupun artikel. Melalui informasi tersebut, penulis juga membuat model penelitian serta membuat hipotesis penelitian.

- 2) Penulis memilih jurnal yang juga digunakan digunakan sebagai penyusunan pertanyaan penelitian dalam kuesioner penelitian. Penulis juga menyesuaikan kata-kata untuk pertanyaan yang terdapat didalam kuesioner agar responden dapat memahami pertanyaan yang diberikan.
- 3) Kriteria dari uji *instrument* penelitian dianalisis dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 22. Setelah melakukan uji instrumen sesuai dengan kriteria dalam penelitian.
- 4) kuesioner dilakukan secara online menggunakan google form.

3.4 Operasionalisasi Variable

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variable	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	<i>Relationship commitment</i>	Menurut Fournier (1998) komitmen adalah hubungan yang dibangun di atas konstruksi loyalitas, yaitu kecenderungan untuk bertransaksi, sehingga menghasilkan pembelian berurutan atau profesionalitas .	Alasan perusahaan lebih memilih pelanggan tetap dibandingkan pelanggan baru karena dapat menjadi sumber pendapatan jangka panjang bagi bisnis.	Likert 1-5

			Proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan yang bertujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya	Likert 1-5
			Tanggapan pelanggan sangat penting bagi perusahaan karena memberikan wawasan yang lebih sehingga meningkatkan bisnis dan kualitas produk perusahaan.	Likert 1-5
2.	<i>Integrated with Customer</i>	(Belvedere dan Grando, 2017). Untuk mencapai integrasi dengan pelanggan,	Perusahaan dapat memberikan daftar atau stok barang yang tersedia kepada pelanggan	Likert 1-5

		<p>perusahaan pada dasarnya perlu berbagi informasi produk, menangani pesanan pelanggan, berkomunikasi secara dekat dengan pelanggan untuk mengelola permintaan mereka, berbagi status pesanan selama penjadwalan, dan fase pengiriman produk</p>	<p>beserta harga pada produk.</p>	
			<p>Perusahaan dapat memberikan rencana kepada pelanggan terhadap waktu dan lamanya produksi yang dipesan pelanggan.</p>	<p>Likert 1-5</p>

3.	<i>Integration By Customer</i>	(Flynn et al., 2010) Integrasi oleh pelanggan membantu perusahaan meningkatkan Supply Chain Performance mereka dengan memberikan informasi permintaan kepada pelanggan	Melalui layanan Point of Sales (POS) perusahaan dan pembeli dapat lebih mudah melakukan transaksi secara online dan dapat mengetahui transaksi penjual dan pembeli sudah berhasil.	Likert 1-5
			Bisnis dapat merencanakan jadwal produksi perusahaan dengan efektif dengan memperkirakan permintaan. Dengan memahami permintaan yang diantisipasi, mereka dapat mengatur tingkat produksi, alokasi sumber daya, dan aktivitas pengadaannya. Ini membantu	Likert 1-5

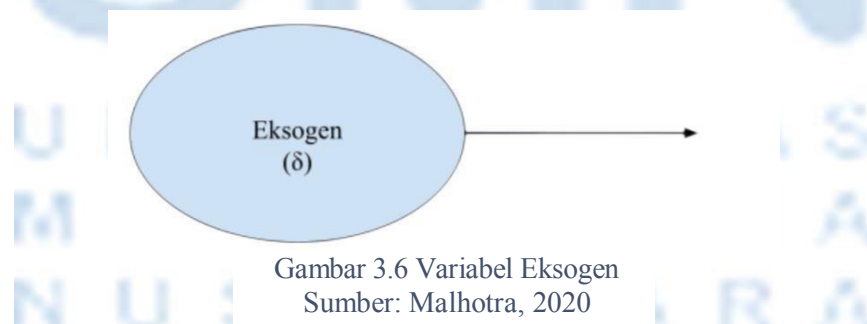
			mengoptimalkan proses produksi, mengurangi waktu tunggu yang lama, dan menghindari keterlambatan pengiriman barang.	
4.	<i>Supply Chain Performance</i>	(Green dkk., 2012; Vanpoucke dkk., 2017). Kemampuan rantai pasokan untuk menyediakan layanan dan produk berharga dalam jumlah yang tepat dan pada waktu yang tepat dengan biaya yang paling rendah kepada pelanggan akhir rantai pasokan disebut kinerja rantai pasokan (SCP)	Perusahaan dapat menyesuaikan proses produksi dengan spesifikasi dan kebutuhan pelanggan, serta mengubah atau meningkatkan proses produksi.	Likert 1-5

			perusahaan mampu dengan cepat melakukan perbaikan produk	Likert 1-5
			Perusahaan mampu dengan cepat memperkenalkan produk baru dengan pelanggan.	Likert 1-5

3.5 Variabel Penelitian

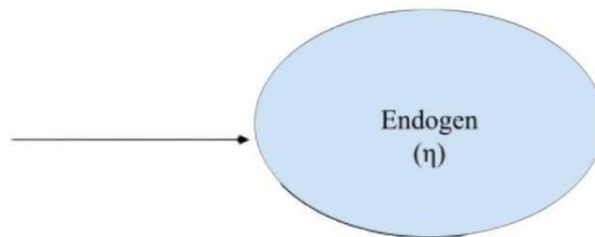
3.2.1 Variabel Eksogen

Sugeng (2022) mendefinisikan variabel eksogen sebagai variabel yang nilainya berasal dari model hubungan yang diteliti Malhotra et al., (2020) juga menyut baha variabel eksogen sebagai variabel yang nilainya ditentukan oleh faktor-faktor di luar model. Secara grafis variabel eksogen juga dapat diketahui dengan melihat adanya panah yang berasal dari variabel tersebut. Maka, variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *Relationship Commitment, Integration by Customer, Integration with Customer, dan Supply Chain Performance*.



Gambar 3.6 Variabel Eksogen
Sumber: Malhotra, 2020

3.2.2 Variabel Endogen



Gambar 3.7 Variabel Endogen
Sumber: Malhotra, 2020

Malhotra, et al. (2020) menjelaskan bahwa variabel endogen merupakan variabel dependen dan merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Secara grafis, variabel endogen yang diidentifikasi dengan melihat adanya panah yang mengarah masuk ke variabel tersebut.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas untuk *Pre-Test*.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2010:288), validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dan variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Keberhasilan proses validasi bergantung pada keakuratan statistik dasar yang menggambarkan struktur populasi sasaran. Dalam uji validasi penulis menggunakan pengukuran yang ditentukan oleh Malhotra et al., (2020), yaitu.

3.6.3 Uji Reliabilitas

Tabel 3.2 Uji Validitas IBM SPSS

NO.	Ukuran Validitas	Ketentuan
1	Kaiser Mayer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy	KMO $\geq 0,5$
2	Barlett's Test of sphericity	Sig. $< 0,05$
3	Anti-image Correlation Matrices	MSA $\geq 0,5$

Menurut Malhotra et al., (2020) keandalan (*reliability*) dengan menentukan jumlah variasi sistematis dalam skala. Hal ini dilakukan dengan menentukan hubungan antara hasil skala yang berbeda dengan rasio yang tinggi, skala memberikan hasil yang konsisten dan karenanya dapat diandalkan. Metode penilaian yang handal meliputi metode tes-tes ulang. Bentuk alternatif, dan konsistensi internal. Adapun *Crosbach Alpha* yang disarankan oleh Hair et al., (2018) yaitu minimum 0,7 dan maksimal 0,95.

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data responden sebanyak 30 responden untuk *pre-test* menggunakan software IBM SPSS versi 26 untuk uji validitas dan reliabilitas

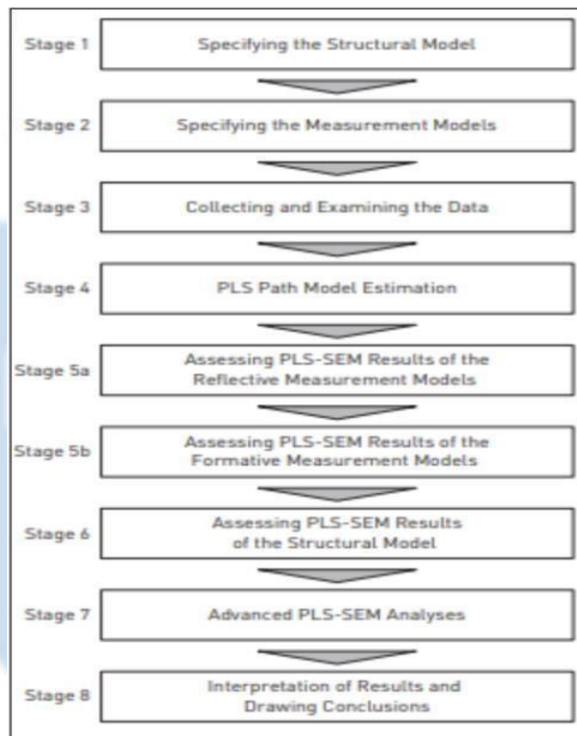
3.7 Uji Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Hair et al. (2019), *Structural Equation Model* adalah metode yang dapat menilai suatu hubungan atau ketergantungan suatu variabel dengan variabel lainnya (Malhotra, 2019). Kemudian, Stephan & Frinston(2009) juga menyampaikan bahwa metode SEM adalah teknik multivariat yang berdasarkan model struktural yang dapat menggambarkan hubungan sebab-akibat antara variabel dari hipotesis yang sudah dirumuskan.

Penelitian ini menggunakan model PLS-SEM, dimana penelitian ini akan menghasilkan model yang dapat menggambarkan pengaruh antara variabel. Adapun beberapa kelebihan dari PLS-SEM yang dijelaskan oleh Joiyanto (2011) dalam Ristiyana, t al. (2023) yaitu,

1. Membuat banyak model variabel dependen dan independen. Mengatasi masalah multikolinearitas. Multikolinearitas menurut Sungkomo (2007) Merupakan adanya hubungan atau pengaruh antar variabel bebas sehingga tidak Efisien.
2. Hasil tetap kuat meski dengan adanya missing value.
3. dapat digunakan dalam penelitian dengan sampel kecil.
4. dapat digunakan dengan tipe skala yang berbeda.

Pengujian PLS-SEM menurut Hair, et al. (2017) terdiri dari beberapa langkah yaitu:



Gambar 3.8 Pengujian PLS-SEM
Sumber: Hair, et al. (2017)

1. Stage 1 : *Specifying the Structural Model*

Pada tahap ini, penulis mengusulkan diagram model penelitian dengan menggambarkan hubungan antar konstruk. diagram juga seringkali disebut *pat model*, dalam *path model* yang diusulkan terdapat 2 (dua) jenis variabel yaitu variabel eksogen dan endogen.

2. Stage 2 : *Specifying the Measurement model*

Pada tahap ini penulis menentukan model pengukuran yang digunakan dalam penelitian. Model pengukuran merupakan hubungan antar variabel konstruk dan indikatornya.

3. Stage 3 : *Collecting and Examining Data*

Pada tahap ini, penulis mengidentifikasi *error* di dalam data dan melakukan uji *validity* dan *reliability* dari data yang telah didapatkan.

4. Stage 4 : *PLS Path Model Estimation*

Pada tahap ini, penulis memahami cara kerja algoritma dari PLS-SEM, sehingga penulis dapat perhitungan koefisien jalur.

5. Stage 5 : 5a & 5b: Assessing PLS-SEM Result of the Reflective & Formative Measurement Model

Pada tahap ini, penulis menganalisis hasil dari PLS-SEM. Hasil tersebut dibagi menjadi 2 (dua) yaitu Reflective dan Formative.

6. Stage 6 : Assesin PLS-SEM Results of Structural Model

Pada tahap ini, penulis melakukan analisis pada model struktural PLS-SEM.

7. Stage 7 : *Advance PLS-SEM Analysis*

Pada tahap ini, penulis dapat memilih untuk melakukan analisis PLS-SEM tingkat Lanjut. Beberapa analisa yang dapat dilakukan adalah Importance-Performance Matrix Analysis, Mediator Analysis, etc.

8. Stage 8 : Interpretation of Result and Drawing Conclusion

Pada tahap ini, penulis menginterpretasi dan menarik kesimpulan dari hasil analisis PLS-SEM.

