

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

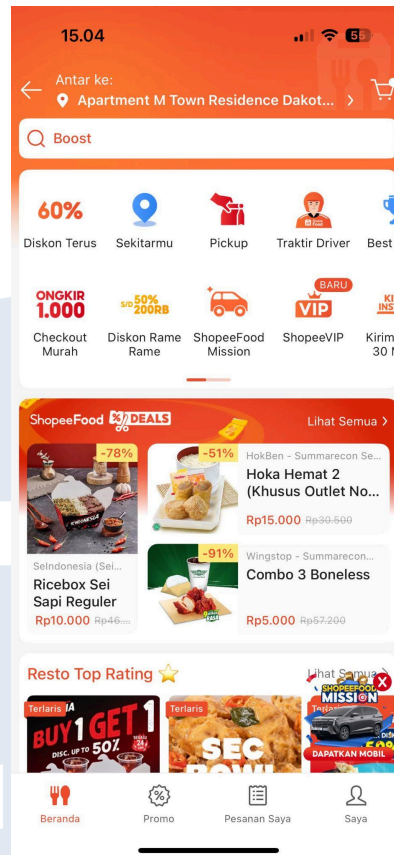
#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 3.1.1 Brand ShopeeFood



*Gambar 3.1. Logo ShopeeFood*

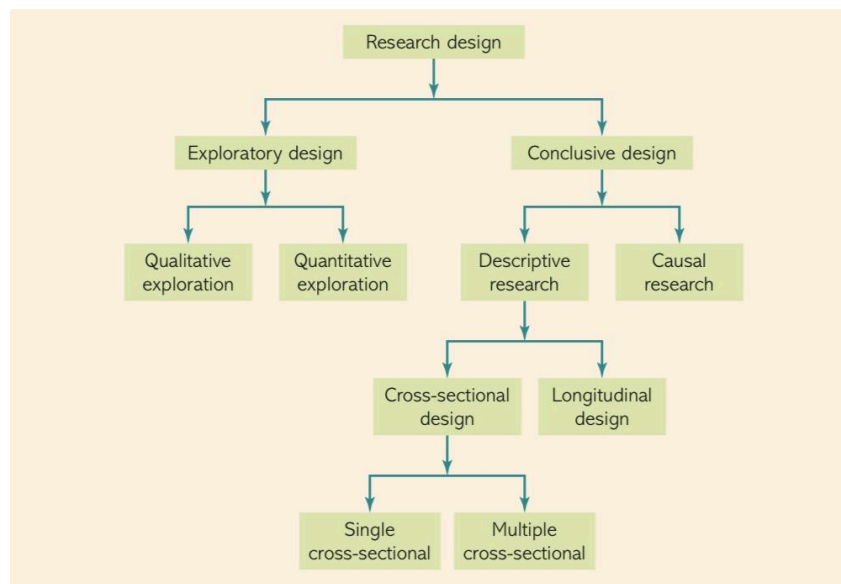
ShopeeFood adalah layanan pesan antar makanan yang dapat ditemukan di aplikasi Shopee. Pengguna dapat mengaksesnya melalui ikon ShopeeFood yang tersedia di halaman utama aplikasi, yang memungkinkan mereka untuk memesan makanan sesuai keinginan mereka. ShopeeFood, yang diluncurkan di Indonesia pada April 2020, berencana memperluas kehadirannya dengan menyaingi pemain besar seperti GoFood dan GrabFood. Memanfaatkan kekuatan Shopee dalam *e-commerce*, layanan ini menawarkan promosi menarik dan harga bersaing, terutama di tengah pandemi. Selain hadir di Indonesia, ShopeeFood juga beroperasi di Vietnam setelah *Sea Group* mengakuisisi *Foody Corporation* pada Agustus 2020. Iklan ShopeeFood juga mulai tampil di YouTube Shopee Indonesia pada Januari 2021, menandakan langkah ekspansi yang lebih agresif (Wahyunanda, K. P et al., 2021).



*Gambar 3.2. Tampilan ShopeeFood*

### 3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan dasar yang dibuat agar dapat membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian secara terarah. Ini bukan cara untuk menentukan hasil akhir penelitian, tetapi lebih kepada menyusun kerangka yang mempersempit kemungkinan jawaban yang akan diperoleh, sehingga hasilnya menjadi lebih fokus dan relevan. (Qotrun A).



*Gambar 3.3 Desain Penelitian*

*Sumber : Malhotra (2020)*

Desain penelitian dibagi menjadi dua yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conlusive Research Design*.

### **3.2.1 Exploratory Research Design**

Desain penelitian eksploratif bertujuan untuk memberikan wawasan awal tentang suatu masalah atau fenomena yang belum dipahami secara mendalam. Penelitian ini dilakukan untuk menggali ide-ide baru, menentukan variabel-variabel penting, dan merumuskan hipotesis yang nantinya dapat diuji lebih lanjut. Metode pengumpulan data yang selalu dipakai yaitu wawancara mendalam, diskusi kelompok (*focus group discussion*), serta tinjauan terhadap literatur yang relevan. (Malhotra et al., 2020)

### **3.2.2 Conclusive Research Design**

*Conclusive Research Design* yaitu jenis penelitian yang dibuat untuk mendukung proses pengumpulan keputusan dengan menyediakan informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Penelitian ini difokuskan pada

pengujian hipotesis tertentu atau menjawab pertanyaan spesifik yang berhubungan dengan isu penelitian. Selain itu, penelitian konklusif biasanya menggunakan metode analisis data kuantitatif. *Conlusive Research* dibagi menjadi dua jenis utama:

1. *Descriptive Research* (Penelitian Deskriptif) :

Penelitian ini disusun untuk menggambarkan suatu fenomena atau permasalahan secara lebih mendalam, khususnya yang berkaitan dengan kondisi pasar. *Descriptive Research* bertujuan memberikan gambaran yang lebih jelas dan terarah mengenai isu yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis pendekatan, yaitu:

- a. *Cross sectional Design* : Menggunakan data yang disatukan pada satu titik waktu dari sampel populasi. *Cross sectional Design* terbagi menjadi 2, yaitu : *single cross-sectional design*, yaitu penelitian yang mengambil data dari satu sampel responden pada satu waktu tertentu dan *multiple cross design*, yaitu penelitian yang mengambil data dari dua atau lebih kelompok sampel responden untuk dibandingkan.
- b. *Longitudinal Design* : yaitu menggunakan sampel yang tetap dan mengukur variable yang sama secara berulang dalam periode waktu tertentu. desain ini cocok untuk memantau perubahan atau tren jangka panjang.

## 2. *Causal Research* (Penelitian Kausal) :

Penelitian ini digunakan untuk menemukan dan memperlihatkan hubungan sebab-akibat antarvariabel. Pendekatan yang sering digunakan adalah eksperimen, yang memungkinkan peneliti untuk menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya secara terkontrol

Penulis menggunakan pendekatan *conclusive research* dengan metode *descriptive research* (kuantitatif). Pendekatan ini diterapkan secara rinci melalui desain *cross-sectional*, khususnya *single cross-sectional design*. Penggunaan metode ini didasarkan karena tujuan penulis untuk menguji hipotesis dan mengevaluasi dampak hubungan antar variabel. Penelitian ini dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner dengan skala Likert, yang memiliki rentang penilaian dari 1 hingga 5.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Malhotra (2020), populasi dapat dipahami sebagai seluruh kumpulan individu, objek, atau unit yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian, di mana setiap elemen dalam kumpulan tersebut memiliki karakteristik atau sifat tertentu yang dianggap relevan dan penting untuk tujuan penelitian. Sedangkan Menurut Willie (2023), populasi dapat diartikan sebagai seluruh kelompok individu, objek, atau unit, seperti pasien, organisasi, atau benda, yang memenuhi syarat atau kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian atau studi klinis yang sedang dilakukan. Berdasarkan kedua pendapat ahli tersebut, populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh individu yang memanfaatkan berbagai *platform* layanan pesan-antar makanan untuk melakukan pemesanan.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (2020), sampel dapat dipahami sebagai sekelompok kecil individu atau unit yang diambil dari seluruh populasi, yang dipilih dengan tujuan untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Dengan menggunakan sampel ini, peneliti dapat melakukan analisis dan menarik kesimpulan yang berlaku untuk populasi lebih luas tanpa harus meneliti setiap anggota populasi secara langsung. Sedangkan menurut Kumar (2019), sampel adalah sekelompok individu atau unit yang dipilih dari populasi untuk dianalisis, dengan tujuan agar hasil analisis terhadap sampel ini dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Pemilihan sampel yang tepat memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang representatif tanpa harus mengumpulkan data dari seluruh anggota populasi, sehingga proses penelitian menjadi lebih efisien dan praktis. Dari kedua pendapat ahli tersebut dapat diketahui bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk merepresentasikan keseluruhan populasi. Sampel penelitian ini adalah gen Z yang berusia 11-23 tahun dan responden yang pernah menggunakan ShopeeFood, GoFood ataupun GrabFood yang berada di Jakarta, Bandung dan Jambi dengan minimal penggunaan 2 kali dalam sebulan. .

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Malhotra (2020), *sampling frame* merupakan daftar atau kerangka yang memuat seluruh elemen dalam populasi dan digunakan untuk mengidentifikasi kelompok yang menjadi sasaran penelitian. Dalam pengumpulan sampel, terdapat dua metode utama yang diterapkan: *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

1. *Probability Sampling* adalah teknik penentuan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Beberapa teknik dalam *probability sampling* yaitu:

- *Simple Random Sampling*: semua individu dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih, dengan catatan bahwa kerangka sampling harus lengkap.
  - *Systematic Random Sampling*: Sampel diambil berdasarkan interval tertentu setelah elemen pertama dipilih secara random.
  - *Stratified Sampling*: Populasi dibagi menjadi sub-grup berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan untuk penelitian, dan sampel diambil dari semua sub-grup.
  - *Cluster Sampling*: Populasi dibagi menjadi kelompok kecil (klaster), dan sampel diambil dari klaster-klaster tersebut.
2. *Nonprobability Sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subjektif dari peneliti. Dalam metode ini, peneliti menentukan sampel dari pendapat pribadi, memberikan fleksibilitas lebih besar dalam pemilihan sampel. Teknik dalam *nonprobability sampling* meliputi:
- *Convenience Sampling*: Sampel diambil berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan, bukan representasi populasi.
  - *Judgmental Sampling*: Sampel dipilih berdasarkan penilaian pribadi peneliti, yang dianggap efisien dan hemat biaya.
  - *Quota Sampling*: Proses dua tahap di mana peneliti menetapkan kuota berdasarkan karakteristik tertentu, kemudian sampel dipilih menggunakan metode judgmental.
  - *Snowball Sampling*: Proses dimulai dengan memilih sampel pertama, lalu sampel selanjutnya dipilih berdasarkan rekomendasi dari sampel sebelumnya.

Dalam penelitian ini, penulis memilih pendekatan *judgmental sampling*, di mana sampel diambil berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya, dan sampel tersebut dianggap dapat mewakili populasi yang diteliti secara signifikan.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan	Source	Measure ment Scale
1	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived Usefulness</i> adalah sejauh mana konsumen merasa bahwa penggunaan aplikasi tersebut berguna dan mempermudah proses pemesanan makanan.	Kecepatan pengantaran	1. Dengan aplikasi ShopeeFood saya dapat memperoleh makanan lebih cepat. (proses pengantaran)	Soyoun g An et al. (2023)	Linkert 1-5
			Nyaman karena terdapat gambar makanannya	2. Menggunakan aplikasi ShopeeFood nyaman karena ada semua gambar makanannya.		
			berguna karena banyak pilihan resto.	3. Aplikasi ShopeeFood sangat berguna karena banyak pilihan resto.		



			Menghemat waktu.	4. Menggunakan aplikasi ShopeeFood menghemat waktu karena klaim voucher yang mudah dan dapat langsung dipakai.		
2	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived Ease of Use</i> menggambarkan seberapa mudah konsumen dapat memahami dan mengoperasikan aplikasi untuk melakukan pemesanan makanan.	Mudah dioperasikan	1. Mengoperasikan aplikasi ShopeeFood tidak sulit bagi saya.	Soyoung An et al. (2023) (1,2,4)  Makhlof et al. (2024) (3)	Linkert 1-5
			Kemudahan membuka aplikasi	2. Saya dengan mudah bisa membuka aplikasi ShopeeFood tanpa kendala. (misalnya Pop up iklan/diarahkan ke live Shopee)		
			Interaksi dengan aplikasi lancar	3. Interaksi dengan aplikasi Shopee (ShopeeFood) lancar tanpa ada bug/eror.		

			Kemudahan dalam membuka aplikasi	4. Saya tidak perlu banyak usaha untuk membuka aplikasi ShopeeFood. (Misalnya harus membuka Shopee terlebih dahulu)		
3	Trust	Trust mengacu pada sejauh mana konsumen merasa yakin dan percaya terhadap informasi serta penggunaan aplikasi tersebut.	Kepercayaan dalam pemesanan	1. Pemesanan melalui aplikasi ShopeeFood terpercaya karena ada garansi kalau tidak tepat waktu.	Soyoun g An et al. (2023)	Linkert 1-5
			Keamanan pengguna	2. Menurut saya aplikasi ShopeeFood menjaga privasi pengguna		
			Kepercayaan konsumen terhadap aplikasi	3. Aplikasi ShopeeFood dapat diandalkan karena <i>driver</i> mengantarkan sesuai lokasi.		

4	<i>Intention to Use</i>	<i>Intention to use</i> adalah niat atau keinginan konsumen untuk menggunakan layanan aplikasi pengantaran makanan di masa depan.	Bersedia menggunakan karena kepraktisan	1. Saya akan memesan makanan di ShopeeFood karena praktis.	Soyoung An et al. (2023) (1,3)  Makhlof et al. (2024) (2,4)	Linkert 1-5
			Akan merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain.	2. Jika saya punya kesempatan, saya akan merekomendasikan ShopeeFood kepada orang lain.		
			Cenderung menggunakan karena mempermudah	3. Saya cenderung menggunakan ShopeeFood daripada pergi langsung ke outlet.		
			Tetap memilih ShopeeFood	4. Saya akan tetap menggunakan ShopeeFood meskipun ada aplikasi serupa lainnya.		

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Data *Pre-Test*

*Pretest* yaitu proses menguji alat penelitian, seperti kuesioner, sebelum digunakan dalam penelitian utama. Tujuan *pretest* adalah untuk menemukan dan memperbaiki masalah yang mungkin ada pada alat tersebut, seperti pertanyaan yang tidak jelas atau yang sulit dipahami oleh responden. *Pretest* juga membantu memastikan bahwa alat tersebut bisa memperoleh data yang akurat dan dapat dipercaya. Umumnya, *pretest* dilakukan pada sekelompok kecil orang yang mempunyai karakteristik serupa dengan target penelitian, untuk mengevaluasi apakah alat tersebut mudah dipahami dan efektif dalam mengukur informasi yang diinginkan (Malhotra et al., 2020). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dari 30 sampel yang serupa dengan kriteria yaitu generasi Z yang pernah menggunakan ShopeeFood, GoFood ataupun GrabFood.

#### 3.6.2 Uji Validitas Pre-Test

Uji validitas pre-test menurut Malhotra (2020), yaitu pengujian awal yang dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian, seperti kuesioner atau skala, untuk menghasilkan data yang cocok dan signifikan dengan tujuan penelitian. Pre-test ini bertujuan untuk memastikan bahwa pertanyaan yang diberikan mudah dimengerti oleh responden dan benar-benar mengukur hal yang ingin diukur. Validitas pre-test berfokus pada validitas isi, yang berarti memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut mencakup semua aspek yang ingin diteliti dengan akurat. Dengan melakukan pre-test, peneliti dapat mengetahui masalah yang mungkin muncul dalam proses pengumpulan data dan melakukan perbaikan pada instrumen sebelum digunakan dalam penelitian yang lebih besar. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor. Detail mengenai validitas beserta nilai-nilai yang digunakan untuk menilai kelayakan data dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2. Syarat Uji Validitas

No	Kriteria	Syarat Validitas
1	<i>Kaiser Meyer Olkin - (KMO) Measure of Sampling Adequacy.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apabila nilai <b>KMO</b> <math>\geq</math> <b>0.5</b>, maka dapat dinyatakan bahwa instrumen tersebut layak dan dapat diteruskan ke tahap analisis berikutnya.</li> <li>- Apabila nilai <b>KMO</b> <math>&lt;</math> <b>0.5</b>, maka instrumen dianggap tidak memadai sehingga analisis tidak dapat dilanjutkan.</li> </ul>
2	<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	<b>Nilai Signifikan</b> $<$ <b>0.05</b> , menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan yang signifikan antara variabel-variabel yang diuji.
3	<i>Anti – Image Correlation Matrix - (MSA – Measure of Sampling)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jika nilai <b>MSA</b> <math>\geq</math> <b>0.5</b>, maka datanya <i>valid</i>.</li> <li>- Jika nilai <b>MSA</b> <math>&lt;</math> <b>0.5</b>, maka datanya tidak <i>valid</i>.</li> </ul>
4	<i>Factor Loading of</i>	Nilai <b>Factor Loading</b> $\geq$ <b>0.5</b> ,

	<i>Component Matrix</i>	memperlihatkan bahwa data <i>valid</i> .
--	-------------------------	------------------------------------------

### 3.6.3 Uji Realibilitas *Pre-Test*

Reliabilitas menggambarkan sejauh mana sebuah instrumen mampu memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam kondisi yang sama. Instrumen dengan reliabilitas tinggi akan menghasilkan data yang stabil meskipun pengujian dilakukan berulang kali atau dalam situasi yang berbeda (Malhotra et al., 2020). Salah satu cara yang umum dipakai untuk menilai reliabilitas adalah melalui nilai Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,6$ , maka instrumen dianggap reliabel atau dapat dipercaya. Namun, jika nilainya berada di bawah 0,6, instrumen dinilai kurang andal atau tidak reliabel

### 3.6.4 Analisis Data Penelitian *Main Test*

Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM). Menurut Malhotra (2020), SEM merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara berbagai konsep atau struktur yang direpresentasikan oleh sejumlah variabel, yang kemudian digabungkan ke dalam sebuah model yang komprehensif. Pendekatan ini mempelajari interaksi timbal balik antara variabel melalui serangkaian persamaan struktural. SEM dibagi menjadi dua jenis pendekatan, yaitu *Covariance Based SEM* (CB-SEM) dan *Partial Least Square SEM* (PLS-SEM). CB-SEM digunakan untuk menganalisis model berdasarkan teori, dengan fokus pada hubungan antara konstruk dan validasi model menggunakan data empiris. Sementara itu, PLS-SEM lebih ditujukan untuk menguji hubungan prediktif antara konstruk, termasuk memperhatikan pengaruh dan interaksi antar konstruk. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan pendekatan PLS-SEM untuk menggali hubungan prediktif antar konstruk, serta menganalisis data utama (*main test*) menggunakan perangkat lunak SmartPLS.

Menurut Hair et al. (2022), terdapat beberapa langkah utama dalam melakukan analisis PLS-SEM, yaitu:

1. *Specifying the Structural Model*

Peneliti menyusun diagram untuk menggambarkan kerangka penelitian dan mengembangkan hipotesis serta hubungan antara variabel yang akan diuji. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa model mencerminkan tujuan penelitian dengan jelas.

2. *Specifying the Measurement*

Pada tahap ini, hubungan antara struktur penelitian dan variabel indikator diuji. Keabsahan hipotesis dalam model dapat dibuktikan apabila model pengukuran berhasil menggambarkan struktur penelitian yang diajukan.

3. *Data Collection and Examination*

Perencanaan penelitian disusun dengan hati-hati agar setiap respons pada indikator dapat dinilai *valid*. Data yang diperoleh juga harus memenuhi standar kualitas yang diperlukan sebelum dapat digunakan dalam tahap analisis berikutnya.

4. *PLS Path Model Estimation and Algorithm*

Tahap ini memerlukan pemahaman yang kuat mengenai algoritme dan teknik statistik yang digunakan dalam PLS-SEM. Proses analisis dilakukan untuk menghitung koefisien serta parameter lainnya, sekaligus menjelaskan konsep dan hubungan yang membentuk model penelitian.

### 5. *Evaluation of the Measurement Models*

Proses evaluasi model pengukuran mencakup dua jenis model:

- Model Pengukuran Reflektif (*Reflective Measurement Model*): Digunakan untuk memvalidasi hubungan antara konstruk laten dan indikator yang mencerminkannya.
- Model Pengukuran Formatif (*Formative Measurement Model*): Berfokus pada indikator yang membentuk konstruk laten.

Namun, dalam penelitian ini, evaluasi hanya difokuskan pada model pengukuran reflektif.

*Tabel 3.3. Pengukuran Uji Validitas*

<i>Measurement</i>	<i>Parameter</i>	<i>Rule of Thumb</i>
<i>Internal Consistency (Reliability)</i>	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> $\geq 0,7$
	Nilai <i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i> $\geq 0,7$
<i>Convergent Validity</i>	Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	<i>Average Variance Extracted</i> $\geq 0,5$
<i>Indicator Loadings</i>	Nilai <i>Outer Loadings</i>	<i>Outer Loadings</i> $\geq 0,7$
<i>Discriminant Validity</i>	Nilai <i>Cross-Loading</i>	<i>Cross-Loading</i> suatu variabel $>$ Nilai <i>cross-loading</i> variabel lainnya.



	<i>Formell Larcker Criterion</i>	Nilai <i>AVE</i> indikator dari variabel yang diukur > Nilai <i>AVE</i> variabel lain.
--	----------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------

#### 6. Accessing PLS-SEM Structural Model Result

Peneliti melakukan evaluasi untuk menilai bagaimana model struktural bekerja dan menguji sejauh mana model tersebut mampu memprediksi serta menggambarkan hubungan antar variabel.

Tabel 3.4. Structural Model Result

Kriteria	Rule of Thumb
<i>T-Statistics (alpha 5%)</i>	Pada uji <i>two-tailed</i> , hasil dinyatakan signifikan jika nilai <i>t-statistic</i> $\geq 1,96$ atau $\leq -1,96$ . Sebaliknya, jika nilai <i>t-statistic</i> berada di antara $-1,96$ sampai $1,96$ , maka hasil pengujian tidak signifikan.
<i>R-Square</i>	<i>R-square</i> = 0,75 (model penelitian klasifikasi kuat)

	$R\text{-square} = 0,50$ (model penelitian klasifikasi moderat)
	$R\text{-square} = 0,25$ (model penelitian klasifikasi lemah)
<i>Effect size <math>f^2</math></i>	$f^2 = 0,02$ (menggambarkan efek kecil)
	$f^2 = 0,15$ (menggambarkan efek moderat)
	$f^2 = 0,35$ (menggambarkan efek besar)

#### 7. *Advanced PLS-SEM Analysis*

Pada langkah ini, peneliti dapat bergerak ke analisis lanjutan yang lebih mendalam, misalnya dengan menerapkan PLS-MGA atau metode analisis lainnya yang relevan.

#### 8. *Interpretation of Results and Drawing Conclusions*

Pada langkah ini, peneliti dapat menarik kesimpulan akhir dengan mengacu pada hasil pengolahan data serta analisis yang telah dilakukan menggunakan pendekatan PLS-SEM.

### 3.6.5 Identifikasi Variabel Penelitian

#### 1. *Measurement Theory (Outer Model)*

##### 1.1 *Convergent Validity*

*Convergent validity* digunakan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang dipakai memiliki keterkaitan positif dengan konstruk yang diwakilinya (Hair et al., 2022). Pengujian validitas ini dilakukan melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Suatu indikator dianggap memenuhi syarat apabila *outer loading* bernilai  $\geq 0,7$  dan AVE berada di atas 0,5.

##### 1.2 *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* digunakan untuk menilai sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan dari konstruk lain berdasarkan temuan empiris (Hair et al., 2022). Suatu indikator dinilai memenuhi kriteria ini apabila nilai *cross loading* terhadap konstruk yang diukur lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lainnya, dengan batas minimum *cross loading* sebesar  $\geq 0,7$ .

##### 1.3 *Realibility*

Penilaian reliabilitas dilakukan menggunakan tiga indikator utama: *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan  $\rho_A$ . Instrumen dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila ketiga nilai tersebut berada di atas 0,7 (Hair et al., 2022).

## 2. *Structural Theory (Inner Model)*

### 2.1 *Coeficeint of Determination ( $R^2$ )*

$R^2$  berfungsi untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi dalam model. Nilainya berada antara 0 sampai 1, dan semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin baik kemampuan model dalam melakukan prediksi (Hair et al., 2022).

### 2.2 *Effect of Size ( $f^2$ )*

*Effect size ( $f^2$ )* mengevaluasi dampak penghilangan suatu konstruk terhadap variabel endogen. Jika nilai  $f^2 < 0,02$ , pengaruhnya dianggap tidak signifikan. Nilai  $f^2$  dihitung berdasarkan kombinasi konstruk eksogen dan endogen (Hair et al., 2022).

### 2.3 *T-Statistics (Two Tailed)*

Hasil dinyatakan signifikan jika nilai *t-statistic*  $\geq 1,96$  atau  $\leq -1,96$ . Sebaliknya, jika nilai *t-statistic* berada di antara  $-1,96$  sampai  $1,96$ , maka hasil pengujian tidak signifikan (Hair et al., 2022).

## 3.7 Uji Hipotesis

### 3.7.1 *Testing Structural Relationship*

Validitas dinyatakan terpenuhi jika memenuhi beberapa kriteria berikut:

1. Jika nilai *standard koefisien* bernilai positif ( $> 0$ ), maka hal itu mengindikasikan bahwa hubungan antar variabel

berjalan searah. Sebaliknya, apabila nilainya negatif ( $< 0$ ), berarti hubungan yang terjadi bersifat berlawanan arah

2. *p-value* yang berada di bawah 0,005 menandakan bahwa hubungan antara variabel yang diteliti bersifat signifikan (Malhotra, 2020).
3. Nilai *T-value* harus lebih besar dari 1,96 agar hasilnya dianggap signifikan (Hair et al., 2022).

