

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi (*explanatory research*), menurut Singarimbun, Sofian, & Effendi (2006) , penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antar variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Dengan menggunakan skala pengukuran *likert*, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan kafe Navilla Jombang, teknik yang digunakan dalam penelitian sampel adalah dengan Teknik purposive sampling.

#### **3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

##### **3.2.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen yaitu *Customer experience* (X1), satu variabel mediasi yaitu Kepuasan konsumen (M) serta variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y)

##### **3.2.2 Definisi Operasional**

###### *1. Customer Experience*

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Schmitt (1999) dalam penelitian ini *customer experience* didefinisikan sebagai evaluasi

menyeluruh berdasarkan pengalaman yang dirasakan atas manfaat yang diberikan oleh *Navilla Café*. Dengan diukur menggunakan indikator sebagai berikut :

- 1) *Sense*, tipe *experience* yang merupakan aspek-aspek berwujud dan dapat dirasakan dari suatu produk yang dapat ditangkap oleh indera manusia.
- 2) *Feel*, perasaan dan emosi konsumen dengan tujuan mempengaruhi pengalaman yang dimulai dari suasana hati yang lembut sampai dengan emosi yang kuat terhadap kesenangan dan kebanggaan.
- 3) *Think*, pengalaman konsumen yang berkaitan dengan rangsangan kreatifitas dan rasional dari konsumen mengenai produk baru.
- 4) *Act*, pengalaman konsumen yang berkaitan dengan gaya hidup/life style dan image yang dibentuk.
- 5) *Relate*, pengalaman konsumen dengan suasana atau komunitas sosial setelah berkunjung ke kafe *Navilla*.

## 2. Kepuasan konsumen

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2007) dalam penelitian ini kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja pelayanan dan hasil suatu produk dengan harapan-harapannya, dengan indikator dikembangkan oleh peneliti sebagai berikut :

- 1) Merasa senang selama membeli produk
  - 2) Merasa puas dengan pelayanan yang diberikan
  - 3) Pilihan tempat bersantai yang tepat
3. Loyalitas Pelanggan

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Griffin (2005) yang mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian non random yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan. Kata kunci non random menjelaskan, bahwa seorang pembeli yang loyal tidak akan secara acak melakukan pembelian, dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur, akan selalu mengkonsumsi produk secara teratur.
- 2) Melakukan pembelian diluar lini produk atau jasa, menceritakan keunggulan produk yang positif.
- 3) Merekomendasikan produk, mengatakan kepada orang lain agar membeli produk tersebut.
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing, menunjukkan bahwa produk tersebut merupakan pilihan yang utama.

**Tabel 3.1**  
**Kisi-Kisi Pengembangan Instrumen**

Variabel	Indikator	Item	Sumber
<i>Customer experience</i> (X)	<i>1. Sense</i>	<p>1. Desain interior dan tempat duduk di kafe Navilla unik dan berbeda dengan yang lain.</p> <p>2. Cita rasa makanan dan minuman yang enak di kafe Navilla</p> <p>3. Suasana yang nyaman di kafe Navilla</p>	Schmitt,1999
	<i>2. Feel</i>	<p>4. Alunan musik yang diputar di kafe Navilla enak di dengar</p> <p>5. Karyawan kafe Navilla memberikan pelayanan yang ramah</p> <p>6. Kebersihan tempat di kafe Navilla terjaga dengan baik</p>	
	<i>3. Think</i>	<p>7. Kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan di kafe Navilla bersifat rasional</p> <p>8. Kafe navilla memiliki informasi melalui media sosial yang selalu update tentang produk baru</p>	
	<i>4. Act</i>	<p>9. kafe Navilla cerminan dengan gaya hidup</p> <p>10. Kafe Navilla Memberikan status sosial kepada konsumen</p>	

	5. <i>Relate</i>	11. Pelayanan yang ramah di kafe Navilla dapat menciptakan rasa kekeluargaan kepada konsumen	
Kepuasan konsumen (M)	<p>1. Senang selama membeli produk</p> <p>2. Merasa puas dengan pelayanan yang diberikan</p> <p>3. Pilihan tempat bersantai yang tepat</p>	<p>12. Saya merasa senang membeli produk makanan di kafe Navilla</p> <p>13. Saya merasa senang membeli produk minuman di kafe Navilla</p> <p>14. Saya merasa senang dengan pelayanan yang ramah di kafe navilla</p> <p>15. Menurut saya kafe Navilla merupakan pilihan tempat makan yang tepat</p>	Dikembangkan oleh peneliti
Loyalitas pelanggan (Y)	<p>1. Pembelian ulang secara teratur (<i>Makes regular repeat purchase</i>)</p> <p>2. Pembelian diluar lini produk atau jasa (<i>Purchase across product and service lines</i>)</p> <p>3. Merekomendasikan produk (<i>Refers other</i>)</p>	<p>16. Saya akan selalu membeli di kafe Navilla</p> <p>17. Saya akan menceritakan keunggulan makanan dan bersantai di kafe Navilla</p> <p>18. Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli makanan di kafe Navilla</p>	Tjiptono, 2009

	4. Kekebalan dari daya tarikan sejenis dari pesaing ( <i>Demonstrates an immunity to the full of the competition</i> )	19. Makanan di kafe Navilla merupakan pilihan pertama saya	
--	--	--	--

(Schmitt, 1999), (Dikembangkan oleh peneliti), (Tjiptono, 2009)

### 3.3 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.3.1 Uji Validitas

Menurut Ferdinand & Augusty (2006) validitas dimaksudkan sebagai mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan realibilitas tercipta apabila instrument pengukur data secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.

Pada analisis warpPLS, validitas diukur dengan menggunakan dua instrument, uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2010) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya.

Validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Valid tidaknya suatu item dapat diketahui dengan membandingkan indeks kolerasi product moment ( $r$  hitung) (Supriyanto & Maharani, 2013). Instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasinya ( $r \geq 0,3$  dengan  $\leq 0,05$ ). Dimana  $r$  hitung dapat dicapai dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

n = banyaknya sampel

X = skor item X

Y = skor item Y

r = koefisien korelasi

**Tabel 3.2**  
*Combined Loading*

Variabel	Indikator	Kolerasi ( <i>r</i> hitung)	R kritis	Keterangan
Loyalitas pelanggan	Y1.1	0.671	0.3	Valid
	Y1.2	0.676	0.3	Valid
	Y1.3	0.756	0.3	Valid
	Y1.4	0.789	0.3	Valid
<i>Customer experience</i>	X1.1	0.848	0.3	Valid
	X1.2	0.705	0.3	Valid
	X1.3	0.647	0.3	Valid
	X1.4	0.768	0.3	Valid
	X1.5	0.698	0.3	Valid
	X1.6	0.728	0.3	Valid
	X1.7	0.707	0.3	Valid
	X1.8	0.611	0.3	Valid
	X1.9	0.783	0.3	Valid
	X1.10	0.723	0.3	Valid
	X1.11	0.613	0.3	Valid
Kepuasan konsumen	M1.1	0.731	0.3	Valid
	M1.2	0.871	0.3	Valid
	M1.3	0.853	0.3	Valid
	M1.4	0.710	0.3	Valid

Sumber : Data diolah WarpPLS 5.0

Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa nilai muatan faktor  $\geq 0.3$  dan memiliki p value  $\leq 0.05$  sehingga masing-masing indikator dapat terpenuhi dan dinyatakan valid.

### 3.3.2 Uji reliabilitas

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas dari instrument kuisioner tersebut. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Konsistensi disini berarti kuisioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi yang lain. Kuisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Rumus digunakan untuk *Cronbach's Alpha* :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrument

K = banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir/item

$V_t^2$  = varian total

instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ )  $> 0,6$ .

**Tabel 3.3**  
***Laten variables and Alpha Cronbach***

<b><i>Laten Variables</i></b>	<b><i>Alpha Cronbach</i></b>
Y	0.697
X	0.902
M	0.801

Sumber : data diolah, (2018)

Dari tabel 3.3 dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* dan *alpha cronbach* masing - masing variabel laten lebih besar dari 0.7, sehingga *composite reliability* dan *alpha cronbach* terpenuhi.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi menurut (Sugiyono, 2013) yaitu wilayah generalisasi terdiri dari satu objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam peneitian ini adalah semua pelanggan kafe Navilla di Jombang.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu yang dianggap bisa mewakili populasi (Hasan, 2010). Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya menurut Wibisono (Riduwan & Akdon, 2013) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha}$  = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan Penarikan Sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 95% maka nilai Z 0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi ( $\alpha$ )= 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang yang dibulatkan menjadi 97 orang.

### 3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer adalah data yang diperoleh dengan mengadakan penyebaran angket kepada responden yang telah ditetapkan. Data yang dipergunakan secara langsung dari sumbernya untuk keperluan penelitian.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, buku, atau majalah dan administrasi dan data-data lain yang diperlukan dalam

penulisan skripsi ini. Data yang mendukung penelitian dan justifikasi hasil penelitian

### **3.6 Skala Pengukuran**

Pada peneliti ini, peneliti akan memberikan kuesioner kepada konsumen yang menjadi konsumen kafe Navilla dengan maksud memperoleh data yang kemudian di analisis. Pernyataan yang tertera didalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala *Bipolar Adjective*. Skala *Bipolar Adjective* merupakan penyempurnaan dari *semantic scale* dengan maksud untuk mendapatkan respon berupa *intervally scaled* data (Ferdinand, 2014) skala yang digunakan adalah rentang interval 1-10, angka 1 berarti sangat tidak setuju hingga angka 10 berarti sangat setuju.

### **3.7 Metode Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini ada beberapa cara yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data antara lain : angket dan dokumentasi. Berikut akan dijabarkan beberapa cara tersebut :

1. Angket

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang diajukan pada pihak responden, dalam hal ini pelanggan kafe Navilla di Jombang. Cara ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh customer experience terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen yang dicari dalam penelitian ini.

## 2. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen sebagai data sekunder

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui deskripsi empiris atau gambaran atas data yang dikumpulkan didalam penelitian (Ferdinand, 2014). Data yang diperoleh dari jawaban responden akan diinterpretasikan menggunakan angka indeks dengan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2014):

$$((\%F1x1)+(\%F2x2)+(\%F3x3)+(\%F4x4)+(\%F5x5)+(\%F6x6)+(\%F7x7)+(\%F8x8)+(\%F9x9)+(\%F10x10))/10$$

Berdasarkan rumus diatas jawaban responden berangkat dari angka 1 sampai 10, maka angka indeks akan dimulai dari angka 10 sampai dengan 100 rentang sebesar 90, dengan menggunakan kriteria *three-box method*, maka rentang 90 akan dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang sebesar 30 sehingga akan digunakan untuk dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut:

10.00-40 = rendah

40.01-70= sedang

70.01-100=Tinggi

### 1.8.2 Analisis SEM (structural Equation Modelling)

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan *software Warp PLS* versi 5.0 karena penelitian ini menggunakan teknik statistika multivarian dengan melakukan tiga variabel yaitu variabel independen, variabel intervening, dan variabel dependen. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang di desaiun untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik data. PLS (*Partial Least Square*) adalah analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (Jogianto dan Abdillah, 2009).

Lebih lanjut, PLS dalah metode analisis yang bersifat soft modeling karena tidak mengasumsikan data dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel). Perbedaan mendasar PLS yang merupakan SEM berbasis varian dengan LISREL atau AMOS yang berbasis kovarian adalah tujuan penggunaanya (Jogianto dan Abdillah, 2009).

Keunggulan-keunggulan PLS :

1. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks).
2. Mampu mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independent.
3. Hasil tetap kokoh walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang .

4. Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis crossproduct yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi.
5. Dapat di gunakan pada konstruk reflektif dan formatif.
6. Dapat digunakan pada sampel kecil .
7. Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal.
8. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu : nominal, ordinal, dan kontinu.

### **1.8.3 Uji Model**

Uji model dalam ini terdapat dua model yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu Outer Model (Model Pengukuran) dan Inner Model (Model Struktural).

#### **1.8.3.1 Outer Model**

Outer Model atau Model Pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan Model Pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah reflektif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel (Jogianto dan Abdillah, 2009).

##### *a. Convergent Validity*

*Convergent Validity* merupakan korelasi antar skor indikator reflektif dengan skor variabel latennya, dengan ketentuan nilai P-value  $> 0.05$  atau nilai muatan factor  $> 0.07$ .

### *b. Discriminant Validity*

*Discriminant Validity* merupakan pengukuran indikator refleksif dengan skor variabel latennya (Solimun, 2002). *Discriminant Validity* terpenuhi dengan ketentuan nilai muatan factor  $>$  *Cross-loading*. *Discriminant validity* juga bisa dilihat dari diskriminan indikator. Validitas diskriminan bisa terpenuhi apabila nilai akar AVE (*Average Variances Extracted*) lebih besar dari nilai korelasinya dengan variabel yang lainnya (Solimun, 2002).

### *a. Composite Reliability*

*Composite Reliability* nilai ini mencerminkan reliabilitas semua indikator dalam model. Besaran nilai minimal adalah 0,7 sedangkan nilai idealnya 0,8 atau 0,9. Hasil *composite reliability* akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika di atas 0,7.

## **1.8.3.2 Inner Model**

Inner Model atau Model Struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Perancangan Model Struktural hubungan antar variabel laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian (Ghozali, 2005)..

### *a. Goodness of Fit*

*Goodness of Fit* yang dimaksud adalah merupakan indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten (Solimun, 2002). Sedangkan menurut Ghozali (2007), *Goodness of Fit* mengukur kesesuaian input observasi atau

sesungguhnya, dengan prediksi model yang diajukan. Indeks yang menggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Nilai GFI > 0,90 mengisyaratkan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik.

*b. R Square*

*R Square* pada konstruk endogen. Nilai *R Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai *R square* sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah). Model struktural (inner model) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji *T-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Model struktural (inner model) dievaluasi dengan melihat persentase variance yang dijelaskan oleh nilai untuk variabel dependen dengan menggunakan ukuran *Stone-Geisser Q-square test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur struktural.

*c. Estimate for Path Coefficients*

*Estimate for Path Coefficients*, merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten. Dilakukan dengan prosedur *Bootstrapping*. Menggambarkan vector endogen (dependen) variabel laten, adalah *vector variabel exogen* (independent), dan adalah vector variabel residual. Oleh karena PLS didesain untuk model *recursive*, maka hubungan antar variabel laten, setiap variabel laten dependen, atau sering disebut causal chain sistem

dari variabel laten dapat dispesifikasikan. Jika hasil menghasilkan nilai lebih besar dari 0,2 maka dapat diinterpretasikan bahwa predictor laten memiliki pengaruh besar pada level struktural.

a. *Prediction relevance (Q square)*

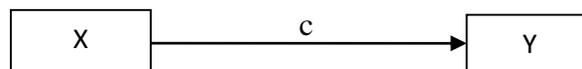
*Prediction relevance (Q square)* atau dikenal dengan *Stone-Geisser's*. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi dengan prosedur *blinffolding*. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar). Hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif. R-square model PLS dapat dievaluasi dengan melihat *Q square predictive relevance* untuk model variabel. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q square* kurang dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Namun, jika hasil perhitungan memperlihatkan nilai *Q-square* lebih dari 0 (nol), maka model layak dikatakan memiliki nilai prediktif yang relevan.

### **3.8.4 Analisis mediasi SEM-PLS**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan model analisis regresi mediasi dan pengolahan data menggunakan program Warp PLS (*Parsial Least Square*) versi 5. 0. Analisis mediasi SEM-PLS ini digunakan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai pengaruh orientasi pasar (X1) dan orientasi kewirausahaan (X2) terhadap kinerja pemasaran

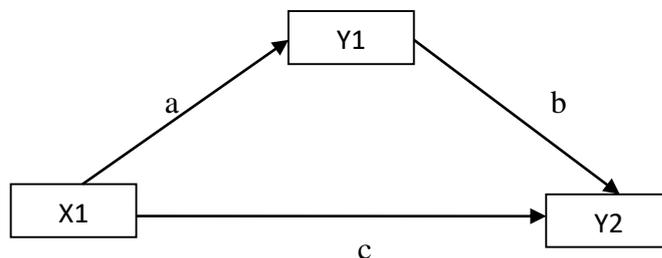
(Y2) dengan inovasi produk (Y1) Sebagai variabel mediasi. Analisis dalam penelitian ini menggunakan dua metode untuk menunjukkan serangkaian persyaratan yang harus dipenuhi untuk model mediasi. Seperti yang telah diuraikan oleh Baron dan Kenny (1986).

1. Metode Pertama (*Direct Effect*)



Metode ini menggunakan variabel mediasi, dengan ini menunjukkan pengaruh langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

2. Metode Kedua (*Indirect Effect*)



Metode ini menggunakan variabel mediasi, dengan ini menunjukkan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y2) melalui variabel mediasi (Y1). dari kedua metode diatas, terdapat pengambilan kesimpulan tentang mediasi sebagai berikut:

- a. Jika koefisien jalur  $c$  dari hasil estimasi metode kedua tetap signifikan dan tidak berubah  $c=c'$  maka hipotesis mediasi tidak didukung
- b. Jika koefisien jalur  $c'$  nilainya turun ( $c' < c$ ) tetapi tetap signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*)

- c. Jika koefisien jalur  $c'$  hasilnya turun ( $c' < c$ ) dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*).

### 3.8.5 Uji Hipotesis

untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan untuk menguji pengaruh variabel mediasi dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian hipotesa dengan analisis regresi mediasi yaitu dengan menggunakan program WarpPLS.

Hipotesis ini di uji pada tingkat signifikan 0,05 ( tingkat keyakinan 95%). Untuk mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesa, maka dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikandan alpha (0,05), dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Apabila signifikan  $< 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b. Apabila signifikan  $> 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

### 3.8.6 Uji Mediasi

Menurut Baron dan Kenny (1986) suatu variabel disebut variabel mediasi jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Adanya partial Mediation menunjukkan bahwa Z bukan satu-satunya pemediasi hubungan X terhadap Y namun terdapat pemediasi lain. Sedangkan Full Mediation

menunjukkan bahwa Z memediasi sepenuhnya hubungan antara X terhadap Y.

### 3.8.7 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R Square) digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan proporsi variasi dari variabel dependen yang di terangkan oleh variasi dari variabel-variabel independennya. Jika  $R^2$  yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel dependennya.

Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Supranto (2001) sebagai berikut:

Table 3.5  
Pedoman interpretasi koefisien determinasi

<b>Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>
4%	Pengaruh rendah sekali
5% - 16%	Pengaruh rendah tapi pasti
17% - 49%	Pengaruh cukup berarti
50% - 80%	Pengaruh tinggi atau kuat
>80%	Pengaruh tinggi sekali

Sumber: Supranto (2001:227)