

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang telah dijabarkan peneliti sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *virtual experiential marketing (VEM)* terhadap *online purchase intention* yang dimoderasi kemudahan penggunaan aplikasi *Food Delivery* pada pelanggan *GoFood* di wilayah Kecamatan Jombang. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2017:8), metode penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk menginvestigasi populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode eksplanasi (*explanatory research*) dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono, (2017), metode eksplanasi merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan posisi variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dan variabel lainnya.

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan *food delivery (GoFood)* yang menggunakan aplikasi (*Gojek*) di wilayah Kecamatan Jombang. Sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan *GoFood* dipilih sebagai

sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik skala yang diterapkan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*, dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai perilaku, obyek, orang atau kejadian. Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau kuisioner. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* dan menggunakan program WarpPLS 7.0.

3.2 Objek, Lokasi Penelitian, dan Waktu

Objek pada penelitian ini yakni pengaruh *virtual experiential marketing (VEM)* terhadap *online purchase intention* yang dimoderasi kemudahan penggunaan aplikasi *food delivery (GoFood)*. Lokasi yang diambil dalam penelitian yakni pelanggan *GoFood* di wilayah Kecamatan Jombang dan waktu penelitian dimulai pada bulan Mei-Agustus 2024.

3.3 Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Peneliti menggunakan tiga variabel dalam penelitian ini: satu variabel terikat (*dependen*), satu variabel bebas (*independen*), dan satu variabel moderasi.

1. Variabel Dependen

Y = Online Purchase Intention

2. Variabel Independen

X = Virtual Experiential Marketing

3. Variabel Moderasi

M = Kemudahan Penggunaan (*easy of use*)

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional yakni menjelaskan metode khusus yang digunakan dalam penelitian dan menggunakan konsep tersebut untuk memfasilitasi pengukuran yang lebih tepat dan akurat (Sugiyono, 2017:39). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yakni *online purchase intention* (Y) variabel dependen, *virtual experiential marketing* (X) variabel independen dan kemudahan penggunaan (M) variabel moderasi.

3.3.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *online purchase intention* yang disebut dengan variabel (Y).

Mengacu pada konsep (Akram *et al.*, 2021), *online purchase intention* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai sikap atau bagian dari tindakan seseorang secara online dalam menggunakan aplikasi *food delivery* (GoFood) yakni kecenderungan untuk bertindak sebelum mengambil keputusan

pembelian. Indikator dalam *online purchase intention* menurut (Akram *et al.*, 2021) meliputi :

1. Interaksi sosial yakni proses interaksi antar individu yang dilakukan melalui platform digital dalam menggunakan aplikasi *food delivery (GoFood)*.
2. Keterlibatan konsumen yakni hubungan konsumen seperti kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dalam menggunakan aplikasi *food delivery (GoFood)*.
3. Keamanan transaksi yakni keamanan untuk melindungi informasi sensitif seperti rincian kartu kredit, alamat, atau data pribadi lainnya dalam menggunakan aplikasi *food delivery (GoFood)*.
4. Kepercayaan online yakni kepercayaan pelanggan online terhadap aplikasi *food delivery (GoFood)*.

3.3.2.2 Varibel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang memiliki pengaruh, penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *virtual experiential marketing (VEM)* yang disebut dengan variabel (X).

Mengacu pada konsep (Luo *et al.*, 2011), *virtual experiential marketing* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai bentuk sikap penilaian seseorang atas pengalaman dirasakan dan manfaat diterima dalam menggunakan aplikasi *food delivery (GoFood)* di lingkungan *online*. Indikator dalam *virtual experiential marketing* menurut (Luo *et al.*, 2011), meliputi :

1. *Sense* yakni pengalaman yang dirasakan oleh indera penglihatan dan pendengaran dalam menggunakan aplikasi *food delivery (GoFood)*. *Sense* berupa elemen visual dari aplikasi *Go-Food* seperti warna grafik, desain dan tata letak yang diberikan kepada pengguna.
2. *Interaction* yakni pengalaman interaksi antara pengguna dengan layanan aplikasi *food delivery (GoFood)* berupa data yang di input pengguna dan pemrosesan data secara *real-time*.
3. *Pleasure* yakni sejauh mana pelanggan merasa senang, ceria, bahagia, atau puas dalam menggunakan aplikasi *food delivery (GoFood)*.
4. *Flow* yakni proses pengalaman dimana pelanggan dengan senang hati tetap menelusuri dan berada dalam aplikasi *food delivery (GoFood)*.

5. *Community Relationship* yakni nilai yang berorientasi pada manfaat seperti solusi, saran yang dirasakan pelanggan dan menceritakan pengalaman yang baik untuk mendorong pertukaran informasi kepada sesama pengguna aplikasi *food delivery (GoFood)*.

3.3.2.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi merupakan variabel yang memengaruhi hubungan antar variabel independen dan dependen. Variabel ini dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan dependen, sehingga arah hubungan dapat positif maupun negatif (Sugiyono, 2017:39). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah kemudahan penggunaan yang disebut dengan variabel (M).

Mengacu pada konsep (Venkatesh & Davis, 2000), kemudahan penggunaan dalam penelitian ini didefinisikan suatu pemikiran seseorang dimana dalam menggunakan aplikasi *food delivery (GoFood)* dapat dengan mudah dipelajari dan diyakini dapat mempermudah pengguna. Indikator dalam kemudahan penggunaan menurut (Venkatesh & Davis, 2000) meliputi :

1. *Clear and understandable* dalam penelitian ini bahwa aplikasi *food delivery (GoFood)* merupakan sistem jelas dan mudah dipahami.

2. *Does not require a lot of mental effort* dalam penelitian ini bahwa aplikasi *food delivery (GoFood)* mudah untuk di akses dan dijangkau
3. *Easy to use* dalam penelitian ini bahwa aplikasi *food delivery (GoFood)* mudah dalam pengoperasiannya.
4. *Easy to get the system to do what he/she wants to do* dalam penelitian ini bahwa aplikasi *food delivery (GoFood)* memiliki kemudahan dalam bertransaksi.

3.3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2017:102). Berperan sebagai alat bantu dalam menghimpun data yang diperlukan dan memiliki kaitan dengan metode pengumpulan data.

Tabel 3.3.3 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan
<i>Online purchase intention</i> (Akram <i>et al.</i> , 2021)	Interaksi sosial	1. Saya menggunakan layanan <i>GoFood</i> berdasarkan ulasan pengguna sebelumnya yang sudah pernah mencoba
	Keterlibatan konsumen	2. Layanan <i>GoFood</i> memiliki fitur <i>chat driver</i> yang dengan cepat melayani keinginan pelanggan 3. Saya sangat terbantu dengan adanya layanan <i>GoFood</i> menawarkan berbagai pilihan menu yang dapat diakses secara <i>online</i>
	Keamanan transaksi	4. Saya merasa aman ketika melakukan transaksi melalui layanan <i>food delivery GoFood</i> 5. Fitur payment yang mudah saat bertransaksi menjadi pertimbangan saya dalam menentukan layanan <i>food delivery online GoFood</i>

Lanjutan Tabel 3.3.3 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan
	Kepercayaan online	6. Saya selalu mengandalkan layanan <i>GoFood</i> ketika hendak memesan makanan lewat <i>online</i> 7. <i>GoFood</i> menjadi layanan <i>food delivery online</i> yang tidak pernah mengecewakan saya
<i>Virtual experiential marketing</i> (Luo et al., 2011)	<i>Sense</i>	8. Aplikasi <i>GoFood</i> memiliki tampilan desain visual yang menarik 9. Saya menyukai tampilan pada aplikasi <i>Gofood</i> yang tertata rapi
	<i>Interaction</i>	10. Aplikasi <i>Gofood</i> dapat memberikan informasi yang jelas berdasarkan permintaan pengguna 11. Saya merasa puas dengan informasi produk yang real-time atau update setiap saat pada aplikasi <i>Gofood</i>
	<i>Pleasure</i>	12. Pengalaman yang menyenangkan ketika menggunakan aplikasi <i>Gofood</i>
	<i>Flow</i>	13. Saya dapat berlama-lama mengeksplorasi aplikasi <i>Gofood</i>
Kemudahan Penggunaan (Venkatesh & Davis, 2000)	<i>Community Relationship</i>	14. Saya akan merekomendasikan layanan <i>Gofood</i> pada lingkungan sosial 15. Saya bersedia menjadi bagian kelompok grup yang sama pengguna layanan <i>Gofood</i>
	<i>Clear and understandable</i>	16. Aplikasi <i>Gofood</i> memiliki fitur yang tepat digunakan 17. Aplikasi <i>Gofood</i> memiliki fitur yang mudah dipahami
	<i>Does not require a lot of mental effort</i>	18. Mengakses aplikasi <i>Gofood</i> tidak membutuhkan banyak usaha
	<i>Easy to use</i>	19. Aplikasi <i>Gofood</i> mudah dioperasikan
	<i>Easy to get the system to do what he/she wants to do</i>	20. Aplikasi <i>Gofood</i> mudah digunakan untuk berbelanja

Sumber: Diolah peneliti, (2024)

3.3.4 Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, nilai kuesioner diukur menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* yakni alat pengukuran digunakan menilai sikap, pendapat, dan persepsi kelompok atau individu terhadap fenomena

social (Sugiyono, 2017). Dalam penggunaan skala *Likert*, responden diminta untuk memilih tingkat penilaian terhadap pernyataan dengan menggunakan skala nilai yang berbeda-beda, mulai dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, hingga sangat tidak setuju. Skala *Likert* ini memiliki poin-poin yang memiliki interval yang sama sebagai berikut:

Tabel 3.3.4 Skala Likert

Pernyataan	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri dari subyek atau obyek yang memiliki karakter dan kuantitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk studi lebih lanjut dan selanjutnya ditarik ke dalam kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan *food delivery* (*GoFood*) menggunakan aplikasi (*Gojek*) di wilayah Kecamatan Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2017) menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dari

pelanggan *GoFood* di wilayah Kecamatan Jombang. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, sehingga penelitian ini menggunakan rumus *Cochran*, sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), biasanya 5%

Berdasarkan rumus sebelumnya, perhitungan dalam menentukan sampel yang akan diambil sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Hasil hitung n = 96,04 orang. Peneliti membulatkan menjadi 100 orang dalam pengambilan sampel untuk mempermudah peneliti.

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* menggunakan *accidental sampling*. Menurut Sugiyono, (2017), *accidental sampling* teknik pengambilan sampel yang memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penggunaan, peneliti memilih responden berdasarkan kriteria yang dipilih secara sengaja untuk memenuhi tujuan penelitian. Dalam penggunaan ini, peneliti memilih elemen yang mewakili populasi, sehingga tidak menggunakan prosedur pemilihan acak yang biasanya digunakan dalam pengambilan sampel probabilitas. Dengan begitu populasi yang akan dijadikan sampel yaitu 100 responden pelanggan *food delivery (Go-Food)* di wilayah Kecamatan Jombang yang mengetahui dan pernah menggunakan aplikasi (*Gojek*) untuk membeli memesan makanan dan minuman.

3.6 Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Data Primer

Menurut Sugiyono, (2017) menjelaskan bahwa data primer yakni data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui wawancara, observasi langsung di lapangan dan kuisioner. Data primer penelitian ini dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada pelanggan *GoFood* yang menggunakan aplikasi *Gojek* di wilayah Kecamatan Jombang.

3.6.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2017) data sekunder dijelaskan sebagai sumber informasi yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti. Data sekunder merupakan informasi yang telah diproses terlebih dahulu oleh pihak lain sebelumnya. Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, situs web, dan sumber lain yang relevan dengan *virtual experiential marketing*, *online purchase intention*, dan kemudahan penggunaan.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner yang berisi sejumlah pernyataan. Responden dapat memilih pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti. Daftar pernyataan tersebut harus relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti dan dapat menghasilkan data yang terkait dengan variabel *online purchase intention* (Y), *virtual experiential marketing* (X), dan kemudahan penggunaan (M).

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah suatu kuesioner dalam penelitian dapat diandalkan sebagai alat ukur penelitian. Validitas mengacu pada sejauh mana data yang dilaporkan oleh peneliti sesuai dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2017). Salah satu cara untuk menentukan

validitas suatu pernyataan adalah dengan menghubungkan skor pernyataan tersebut dengan semua item dari variabel yang relevan. Peneliti menggunakan rumus product moment untuk menguji validitas instrumen langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} - \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Korelasi

n = Banyak sampel dalam penelitian

x = Skor item x

y = Skor item y

Hasil uji dikatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari 0,3, sehingga instrumen dianggap valid (Sugiyono, 2017). Berikut ini merupakan hasil uji validitas untuk variabel independen, yaitu *virtual experiential marketing* (X), kemudahan penggunaan (M), serta variabel dependen, yaitu *online purchase intention* (Y). Hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.8.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Item Total Correlation (r-hitung)	R-Kritis	Keterangan
<i>Virtual experiential marketing</i> (X)	X1,1	0,797	0,3	Valid
	X1,2	0,607	0,3	Valid
	X1,3	0,631	0,3	Valid
	X1,4	0,774	0,3	Valid
	X1,5	0,783	0,3	Valid
	X1,6	0,539	0,3	Valid
	X1,7	0,628	0,3	Valid
	X1,8	0,758	0,3	Valid

Lanjutan Tabel 3.8.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Item Total Correlation (r-hitung)	R-Kritis	Keterangan
Online purchase intention (Y)	Y1.1	0,714	0,3	Valid
	Y1.2	0,645	0,3	Valid
	Y1.3	0,494	0,3	Valid
	Y1.4	0,384	0,3	Valid
	Y1.5	0,619	0,3	Valid
	Y1.6	0,692	0,3	Valid
	Y1.7	0,779	0,3	Valid
Kemudahan penggunaan (M)	M1.1	0,638	0,3	Valid
	M1.2	0,698	0,3	Valid
	M1.3	0,869	0,3	Valid
	M1.4	0,696	0,3	Valid
	M1.5	0,659	0,3	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2024)

Hasil uji validitas dengan menggunakan software SPSS menunjukkan bahwa semua total item correlation memiliki nilai yang lebih besar dari 0,3, yang berarti seluruh pernyataan tersebut valid. Oleh karena itu, semua pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrumen yang valid dalam analisis selanjutnya.

3.8.2 Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono, (2017) menjelaskan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi, akurasi, keandalan, dan ketepatan instrumen yang digunakan dalam angket atau kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran yang dilakukan dengan instrumen yang sama dan gejala yang sama dapat dipercaya. Indeks reliabilitas menunjukkan seberapa dapat diandalkannya suatu instrumen. Reliabilitas diuji menggunakan uji cronbach alfa dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach Alfa* lebih dari 0,60, pernyataan dalam kuesioner dianggap terpercaya atau reliable.
2. Jika nilai *Cronbach Alfa* kurang dari 0,60, pernyataan tersebut dianggap tidak terpercaya atau tidak reliable.

Hasil uji reliabilitas untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.8.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Virtual experiental marketing (X)</i>	0,768	0,6	Reliabel
<i>Online purchase intention (Y)</i>	0,783	0,6	Reliabel
Kemudahan penggunaan (M)	0,784	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS (2024)

Berdasarkan tabel di atas, nilai total *cronbach alpha* untuk setiap variabel melebihi nilai yang ditetapkan. Seluruh hasil nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dianggap reliabel.

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dan menguji hipotesis yang telah dibuat peneliti.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2017) menjelaskan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Dalam pendekatan kuantitatif, analisis deskriptif digunakan untuk secara sistematis, akurat, dan faktual menunjukkan fakta, karakteristik, dan hubungan indikator dengan variabel penelitian. Variabel dinilai menggunakan skala likert dari 1 hingga 5. Nilai rata-rata dapat digunakan untuk menghitung rata-rata interval kelas yang dicari, adapun rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skor} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Nilai skor rendah}}{\text{Jumlah kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga penafsiran skor adalah sebagai berikut:

1,0– 1,8 = Sangat Rendah

1,81 – 2,6 = Rendah

2,61 – 3,4 = Cukup

3,41 – 4,2 = Tinggi

4,21 – 5,0 = Sangat Tinggi

3.9.2 Analisa SEM

Structural Equation Modeling (SEM) adalah metode analisis multivariate statistika untuk menganalisis beberapa variabel penelitian secara simultan hubungan linier antara variabel pengamatan (indikator) dan variabel laten, yang tidak dapat diukur secara langsung (Ratmono, 2021). Pengukuran pada analisis multivariat (*SEM*) diperoleh melalui survey atau observasi yang digunakan untuk mengumpulkan data primer serta bersumber dari database data sekunder. Kelebihan dari analisis multivariat (*SEM*) adalah *SEM* mampu menguji model penelitian yang kompleks secara simultan dan *SEM* mampu menganalisis variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.

PLS, atau Partial Least Square, adalah metode statistik multivariat yang dapat digunakan untuk menangani variabel eksplanatori dan banyak variabel respons sekaligus. Karena metode ini lebih kuat atau kebal terhadap variasi data, analisis ini merupakan alternatif yang baik untuk metode regresi berganda dan regresi komponen utama. WarpPLS adalah program yang dapat mengidentifikasi hubungan nonlinier antarvariabel laten dan mengoreksi nilai koefisien jalur berdasarkan hubungan tersebut (Ratmono, 2021).

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan software WarpPLS versi 7.0 karena software ini memiliki kemampuan untuk melakukan analisis statistik multivariat yang dapat digunakan untuk tiga jenis variabel, yaitu variabel independent, variabel moderasi, dan variabel dependen.

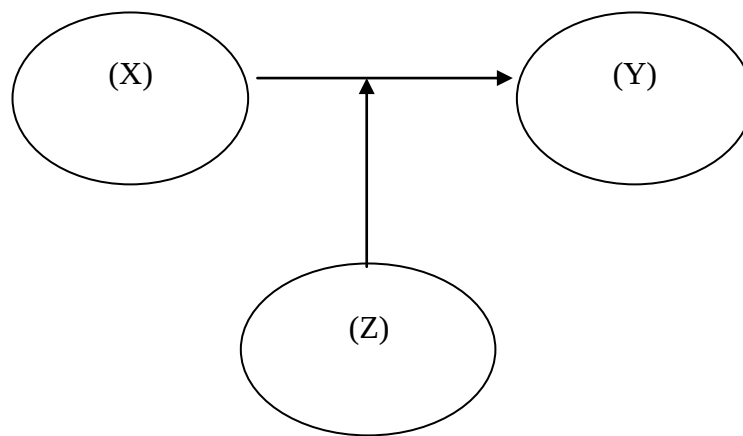
3.9.3 Analisa Moderasi SEM

Analisis dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi moderasi dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan WarpPLS versi 7.0. Analisis moderasi *SEM-PLS* digunakan untuk memperoleh pemahaman tentang pengaruh variabel *virtual experiential marketing* (X) terhadap *online purchase intention* (Y) dan kemudahan penggunaan (M) sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi (M) digunakan untuk mengamati keterkaitan antara variabel independen (X) dan dependen (Y) dengan cara memperkuat, melemahkan, atau bahkan membalikkan arah hubungan tersebut.

Analisis dalam penelitian ini peneliti menggunakan hubungan moderasi kontinu yakni *continuous moderating effect*. *Continuous moderating effect* digunakan menganalisis bagaimana variabel moderasi yang berupa “variabel kontinu” mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel kontinu dalam moderasi merupakan suatu jenis variabel yang memiliki nilai yang dapat diukur dan dapat mengambil nilai apa pun dalam *interval*

tertentu. Variabel kontinu ini digunakan dalam analisis moderasi untuk mempelajari bagaimana variabel kontinu mempengaruhi hubungan antara variabel dependen dan independen.

Efek moderasi dalam penelitian ini dihitung sebagai perbedaan antara efek variabel independen terhadap variabel dependen dengan dan tanpa variabel moderasi yang berupa variabel kontinu (Hair dkk, 2017).



Sumber : Hair dkk, (2017)

Gambar 3.9.3 Model Efek Moderasi Kontinu

3.9.4 Uji Model

Dua model digunakan dalam penelitian ini yakni *outer model* yang dikenal sebagai model pengukuran, dan *inner model* yang dikenal sebagai model struktural.

3.9.4.1 Outer Model

Menurut Ratmono, (2021) *Outer Model* adalah model yang menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya. Outer Model

juga disebut sebagai *measurement model* yang mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel. Validitas dan reliabilitas model dievaluasi menggunakan *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability* and *cronbach's alpha*.

1. *Convergent validity*

Validitas konvergen digunakan untuk menguji keabsahan indikator dengan konstruk terhadap variabel yang bersangkutan berdasarkan nilai *loading factor*. Nilai yang diharapkan bahwa *outer loading* 0,708 atau lebih tinggi. Nilai konstruk harus dapat menjelaskan paling sedikit 50% indikator dari *standardized outer loading*. Dengan *outer loading* 0,708 maka akan memperoleh nilai kudaratnya sama dengan 0,50. Pendekatan lain untuk menganalisis validitas konvergen adalah *AVE*, yang merupakan rata-rata *loading* yang dikuadratkan dari indikator-indikator konstruk. Dengan demikian *AVE* merupakan jumlah *loading* yang dikuadratkan dibagi dengan jumlah indikator atau *communality item*. Nilai *AVE* sebesar 0,50 atau lebih mengindikasikan bahwa rata-rata sebuah konstruk menjelaskan lebih dari separuh lebih varian indikator (Ratmono, 2021).

2. *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan adalah ukuran yang menentukan seberapa jauh suatu konstruk dapat membedakan diri dengan konstruk lain yang secara teoritis berbeda (Ratmono, 2021). Validitas diskriminan dievaluasi dengan menggunakan *cross loadings*, dimana nilai *loading* pada konstruk yang harus lebih tinggi dibandingkan dengan *loading* pada konstruk lainnya, yaitu $> 0,70$ dalam satu variabel.

3. *Composite reliability and Cronbach's Alpha*

Composite reliability menunjukkan seberapa jauh suatu variabel dapat diandalkan dalam mengukur konstruk laten yang diukur (Ratmono, 2021). Besaran nilai ideal adalah 0,70 untuk *Composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Data yang memiliki *composite reliability and cronbach's alpha* $> 0,70$ berarti mempunyai reliabilitas yang tinggi.

3.9.4.2 Inner Model (Struktural Model)

Model inner atau struktural model yang menyatakan hubungan antar variabel laten. Inner model menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk (Ratmono, 2021). Tujuan dilakukannya model struktural

adalah untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan *path coefficient* dan untuk mengetahui signifikansi dari *p-value*. Dalam (Ghozali, 2014), evaluasi inner model meliputi beberapa tes untuk mengukur fit model secara keseluruhan antara lain:

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2), adalah suatu nilai yang menunjukkan seberapa jauh data dependen dapat dijelaskan oleh data independen dalam model regresi linear (Ghozali, 2014). Nilai R^2 mempunyai kisaran antara 0 sampai dengan 1 dengan nilai semakin besar menunjukkan tingkat akurasi prediktif yang semakin tinggi. Nilai R^2 sebesar 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat dinilai sebagai predictive power pada tingkat substansial, moderat dan lemah (Hair dkk, 2017). Semakin tinggi nilai, menunjukkan bahwa *predictor model* semakin baik dalam menjelaskan *variance*.

2. Menilai *Predictive Relevance* (Q^2)

Predictive Relevance (Q^2) merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa baik model dapat memprediksi nilai observasi yang dihasilkan (Ratmono, 2021). Nilai Q^2 dapat berada antara 0 dan

1. Nilai yang lebih mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki predictive relevance yang lebih baik. Interpretasi nilai *Predictive Relevance* (Q^2) kuat yakni $Q^2 > 0,35$, moderat: $Q^2 > 0,15$ dan Lemah: $Q^2 < 0,02$.

Total program WarpPLS 7.0 mempunyai 10 ukuran fit model antara lain :

1. *Average path coefficient (APC)*

Menurut Ghazali, (2014) *Average Path Coefficient (APC)* mengukur rata-rata nilai path koefisien dalam model. *APC* dihitung sebagai rata-rata dari nilai absolut koefisien jalur dalam model dengan menunjukkan kekuatan keseluruhan hubungan antara variabel dalam model. *APC* yang lebih tinggi menunjukkan hubungan yang lebih kuat di antara variabel. Sebaliknya, jika *APC* rendah menunjukkan bahwa rata-rata hubungan dalam model lemah. Nilai *APC* diatas 0,5 menunjukkan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5% (nilai- $p \leq 0,05$).

2. *Average R-squared (ARS)*

Menurut Ghozali, (2014) *Average R-squared (ARS)* digunakan untuk mengukur rata-rata nilai *R-squared* yang dihasilkan di dalam model. *ARS* memberikan gambaran umum tentang seberapa baik model menjelaskan variabilitas dalam variabel dependen secara keseluruhan. Nilai *ARS* yang tinggi menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan penjelas yang baik, sementara nilai *ARS* yang rendah menunjukkan sebaliknya. Nilai *ARS* 0.5 atau 5% ($\text{nilai-p} \leq 0,05$) menunjukkan bahwa model menjelaskan lebih dari separuh 5% variabilitas dalam variabel dependen.

3. *Average adjusted R-squared (AARS)*

Average Adjusted R-squared (AARS) ukuran statistik yang memberikan penilaian terhadap kemampuan penjelasan model regresi yang lebih tepat dengan mempertimbangkan jumlah variabel independen dan ukuran sampel (Ghozali, 2014). Nilai *AARS* di atas 0,5 menunjukkan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5% ($\text{nilai-p} \leq 0,05$).

4. *Average Block Variance Inflation (AVIF)*

Menurut Ghazali, (2014) *Average Block Variance Inflation (AVIF)* adalah ukuran fit model yang digunakan untuk menguji masalah kolinieritas di dalam model *PLS*. Nilai *AVIF* yang direkomendasikan sebagai indikasi model fit adalah ≤ 3.3 , namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima.

5. *Average Full Collinearity VIF (AFVIF)*

Menurut Ghazali, (2014) *Average Full Collinearity VIF (AFVIF)* adalah ukuran fit model yang digunakan untuk menguji masalah kolinieritas di dalam model *PLS*. Nilai *AFVIF* yang baik sebagai indikasi *model fit* adalah ≤ 3.3 , namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima.

6. *Tenenhaus GoF (GoF)*

Menurut Ghazali, (2014) *Tenenhaus GoF (GoF)* adalah ukuran global dari keseluruhan kecocokan model jalur *Partial Least Squares (PLS)*. Nilai *GoF* yang baik sebagai indikasi *model fit* adalah nilai *small* $\geq 0,1$, *medium* $\geq 0,25$, *large* $\geq 0,36$. *GoF* menunjukkan bahwa model memiliki

kualitas yang relatif baik dan dapat diterima sebagai model yang fit.

7. *Sympson's Paradox Ratio (SPR)*

Menurut Ghozali, (2014) *Sympson's Paradox Ratio (SPR)* adalah ukuran statistik yang digunakan untuk menilai potensi Paradoks Simpson dalam suatu model. Nilai *SPR* yang baik sebagai indikasi *model fit* adalah *SPR*: 0.744, nilai diterima 0,7 dan idealnya 1,0. Nilai tersebut *SPR* menunjukkan model memiliki kualitas yang baik dan dapat diterima sebagai model yang fit.

8. *R-Squared Contribution Ratio (RSCR)*

Menurut Ghozali, (2014) *R-Squared Contribution Ratio (RSCR)* adalah metrik yang digunakan dalam pemodelan jalur *PLS* untuk menilai apakah sebuah model memiliki nilai *R-squared* yang negatif untuk variabel laten endogen. Nilai *RSCR* yang baik sebagai indikasi *model fit* adalah *RSCR*: 1.000, *acceptable if* ≥ 0.9 , *ideally* = 1,0. *RSCR* menunjukkan bahwa model menjelaskan 100% dari variasi dalam variabel dependen, yang ideal.

9. *Statistical Suppression Ratio (SSR)*

Statistical Suppression Ratio (SSR) adalah ukuran *fit model* yang digunakan untuk menguji kualitas model *PLS-SEM*. Nilai *SSR* yang baik sebagai indikasi *model fit* adalah *SSR*: memiliki nilai idealnya $\geq 0,7$. Dengan begitu, *SSR* menunjukkan bahwa model menjelaskan 90% dari variasi dalam variabel dependen, yang relatif baik.

10. *Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)*

Menurut Ghazali, (2014) *Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)* adalah merupakan metrik yang digunakan untuk menilai arah kausalitas dalam hubungan bivariate (dua variabel) yang tidak linier. Nilai *NLBCDR* diterima jika nilai $\geq 0,7$, hal ini menunjukkan bahwa model menjelaskan variasi dalam variabel dependen, yang relatif baik.

3.9.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan hubungan antara variabel-variabel yang dikaji. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah *virtual experiential marketing (X)*, *online*

purchase intention (Y), dan kemudahan penggunaan (M). Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan memeriksa *path coefficient* dan tingkat signifikansinya. Untuk melihat hasil uji hipotesis dapat melihat nilai *path coefficient* dan *p-values* hasil dari pengolahan data variabel secara simultan.

Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu :

1. P-Value > 0,05 maka H0 ditolak.
2. P- Value < 0,05 maka H0 diterima.

Hasil korelasi diukur dengan mempertimbangkan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk mengevaluasi hasil uji hipotesis secara bersamaan. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

3.9.6 Uji Moderasi

Menurut Ratmono, (2021) uji moderasi digunakan untuk mengetahui apakah variabel moderasi memiliki pengaruh signifikan terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Moderasi menggambarkan sebuah situasi hubungan antara dua variabel atau konstruk adalah tidak konstan, tergantung pada

nilai variabel ketiga yang disebut sebagai variabel pemoderasi. Variabel moderasi dalam penelitian ini berupa variabel kontinu mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan cara memperkuat atau memperlemah efeknya

Dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan sebagai variabel moderasi (M) diuji sebagai berikut :

1. Efek moderasi dihitung sebagai perbedaan antara efek variabel independen terhadap variabel dependen dengan dan tanpa variabel moderasi yang berupa variabel kontinu.
2. Efek moderasi dihitung sebagai perbedaan antara koefisien regresi variabel independen terhadap variabel dependen dengan dan tanpa variabel moderasi kontinu.

Hasil dari uji moderasi diinterpretasikan untuk mengetahui apakah variabel moderasi kontinu mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Kehadiran *moderated path analysis* memvisualisasikan efek moderasi secara grafis dengan grafik moderasi.