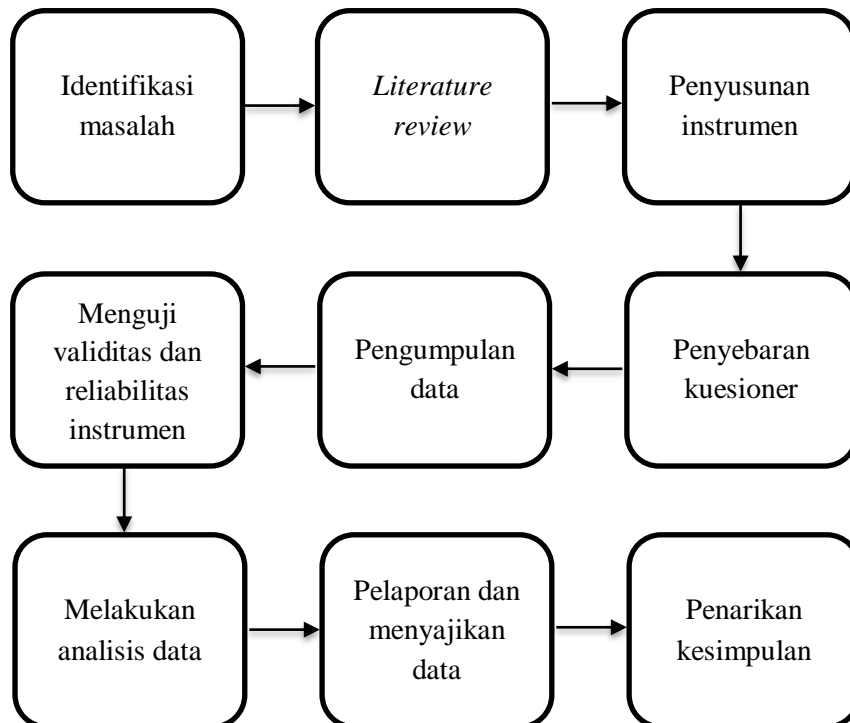


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filosofi positivisme, yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, menganalisis data secara kuantitatif atau statistik dan mendeskripsikan serta menguji hipotesis yang ditentukan. Data-data yang diperoleh dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik. Dalam penelitian ini data-data dianalisis menggunakan SEM-PLS, pengolahan data dilakukan dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dengan metode survey menggunakan kuesioner, yang disebarluaskan melalui media sosial, Whatsapp, dan Line. Berikut adalah desain penelitian yang dalam penelitian ini yaitu:



Gambar 3. 1 Desain Penelitian
Sumber: Diolah peneliti 2023

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok individu atau objek yang ingin diteliti oleh peneliti (Majid 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan *consumer generated media* (gambar, ulasan/komentar, *rating* akomodasi), lebih tepatnya dengan *website* yang berhubungan dengan pariwisata dan perhotelan. Berdasarkan data *digital* dari situs *similarweb.com*, *website* CGM yang menunjukkan fluktuatif dalam 6 bulan terakhir adalah *Tripadvisor.co.id*. Sehingga penting untuk mengetahui bagaimana persepsi pengguna terhadap kepercayaan *website* CGM tersebut.

3.2.2 Sampel

Menurut Arikunto (2010) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Ukuran populasi yang terlalu luas seringkali tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruhnya, karena kendala seperti waktu, tenaga, dan logistik. Oleh karenanya, sampel memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari bagian populasi yang lebih kecil, sehingga lebih mudah untuk dikelola dan membuat proses penelitian lebih efisien. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan *website* *Tripadvisor.co.id* dalam 6 bulan.

Pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan jenis *purposive sampling*. Penggunaan teknik *non-probability sampling*, karena jumlah konsumen yang pernah menggunakan *website* CGM tidak diketahui dan setiap konsumen populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu, menggunakan jenis *purposive sampling* sebab pada praktiknya penyebaran kuesioner diaplikasikan hanya kepada responden yang pernah menggunakan *Tripadvisor*.

Berdasarkan Chin (dalam Zuhdi et al., 2016) menyatakan bahwa minimal ukuran sampel pada analisis SEM-PLS adalah 30 – 100. Sedangkan menurut Hair et al (2010) menyatakan ukuran sampel yang tepat harus antara 100 - 200 dan sampel berjumlah 5 sampai 10 kali jumlah indikator yang ada. Pada penelitian ini memiliki 21 indikator. Sehingga, berdasarkan rumus tersebut penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

- $N = 5 \times$ (jumlah indikator)
- $N = 5 \times 21 = 105$

Berdasarkan rumus di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 105 responden pengguna *website* Tripadvisor.co.id dan dapat dikatakan jumlah sampel sudah memenuhi syarat dan kriteria teori terkait.

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer. Data diperoleh langsung dari responden.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner. Pada penelitian ini kuesioner dilakukan secara *online* dengan pemanfaatan layanan *Google Form*, kemudian disebar luaskan ke media sosial, *Whatsapp*, dan *Line*.

Kuesioner yang diajukan dalam penelitian ini bersifat tertutup, artinya responden dapat memberikan jawaban secara terbatas dari pertanyaan yang telah dibuat sedemikian rupa. Kuesioner menggunakan skala likert, sehingga setiap pertanyaan yang berkaitan dengan indikator penelitian memiliki 5 kategori pilihan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Kategori Skala Likert

| No | Keterangan | Bobot |
|----|---------------------------|-------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju (STJ) | 1 |
| 2 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 3 | Netral (N) | 3 |
| 4 | Setuju (S) | 4 |
| 5 | Sangat Setuju (SS) | 5 |

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang membentuk apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti guna memperoleh informasi tentang hal tersebut untuk selanjutnya ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening. Dalam penelitian ini variabel

Velda Awinna Firdausy, 2023

PENGARUH ANTESEDEN KEPERCAYAAN PADA SITUS (WEBSITE TRUST) CONSUMER GENERATED MEDIA TERHADAP LOYALITAS PENGGUNANYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

independen terdiri *source credibility*, *information quality*, dan *website quality*. Variabel dependen adalah loyalitas, sedangkan variabel intervening atau variabel yang terletak antara variabel independen dan variabel dependen adalah *website trust*.

Untuk memudahkan penelitian, berikut adalah operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

| Variabel | Dimensi | Indikator | Skala | No. Item |
|---|--|---|---------|----------|
| <i>Source Credibility</i> (X1) Cheung, Lee, dan Rabjohn (2008); Filieri et al. (2015); Kusuma dan Nugroho (2021) | Keahlian (<i>expertise</i>) | 1. Penulis ulasan dianggap berpengetahuan | Ordinal | 1 |
| | | 2. Penulis ulasan dianggap memiliki pengalaman yang baik | Ordinal | 2 |
| | Kepercayaan (<i>trustworthiness</i>) | 1. Penulis ulasan dianggap memiliki karakter yang dapat dipercaya oleh audiens | Ordinal | 3 |
| | | 2. Penulis ulasan dianggap jujur, apa adanya. | Ordinal | 4 |
| <i>Information Quality</i> (X2) Filieri et al. (2015); Jogiyanto HM (2007) | Kelengkapan (<i>completeness</i>) | Informasi dalam <i>website</i> Tripadvisor.co.id lengkap dan mencakup semua informasi yang dibutuhkan konsumen dalam proses pengambilan keputusan | Ordinal | 5 |
| | Keakuratan (<i>accurate</i>) | Akurat dan jelas maksud dari informasi yang disajikan | Ordinal | 6 |

| | | | | |
|--|-----------------------------------|---|---------|----|
| | Relevan (<i>relevancy</i>) | 1. Informasi yang disampaikan harus berguna untuk kebutuhan konsumen. | Ordinal | 7 |
| | | 2. Informasi yang disampaikan penting untuk tujuan serta sesuai kebutuhan konsumen | | 8 |
| | Tepat waktu (<i>timeliness</i>) | Informasi yang disampaikan harus terkini | Ordinal | 9 |
| <i>Website Quality (X3)</i> Filieri et al. (2015); Juhanda dan Kencana Sari (2014) | <i>Usability</i> | 1. <i>Website</i> Tripadvisor.co.id mudah digunakan. | Ordinal | 10 |
| | | 2. <i>Website</i> Tripadvisor.co.id memiliki desain yang menarik. | Ordinal | 11 |
| | | 3. <i>Website</i> Tripadvisor.co.id memberikan pengalaman yang baik | Ordinal | 12 |
| | <i>Service interaction</i> | Pelayanan yang diberikan <i>Website</i> Tripadvisor.co.id seperti kemudahan dalam berinteraksi dan layanan yang diberikan sesuai janji. | Ordinal | 13 |
| <i>Website Trust (Y1)</i> Filieri et al. (2015); Pramuditha et al. (2021) | <i>Security</i> | <i>Website</i> Tripadvisor.co.id memberikan rasa aman kepada pelanggan saat menggunakan dan mengkonsumsi informasi dari <i>website</i> | Ordinal | 14 |

| | | | | |
|--|--|---|---------|----|
| | <i>Privacy</i> | <i>Website</i> Tripadvisor.co.id memberi janji untuk melindungi informasi dan data pribadi individu atau konsumen | Ordinal | 15 |
| | <i>Experience</i> | <i>Website</i> Tripadvisor.co.id memberi janji untuk melindungi informasi dan data pribadi individu atau konsumen | Ordinal | 16 |
| | <i>Information</i> | <i>Website</i> Tripadvisor.co.id memberikan informasi dan rekomendasi yang jujur dan tulus. | Ordinal | 17 |
| Loyalitas (Y2) Wibowo et al. (2021) | <i>Recommendations</i> | Konsumen akan merekomendasikan <i>website</i> Tripadvisor.co.id kepada orang lain | Ordinal | 18 |
| | <i>Suggestion</i> | Konsumen memberi komentar positif, sehingga orang lain tertarik untuk mencoba <i>website</i> Tripadvisor.co.id | Ordinal | 19 |
| | <i>Desire to remain loyal in the future</i> (Keinginan untuk menjadi loyal) | Konsumen memiliki niat untuk menggunakan <i>website</i> Tripadvisor.co.id berulang kali di masa depan | Ordinal | 20 |
| | <i>Response to dissatisfaction</i> | Tanggapan konsumen terhadap ketidakpuasan layanan <i>website</i> Tripadvisor.co.id | Ordinal | 21 |

3.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data sangat penting untuk penelitian karena menunjukkan variabel yang diteliti dan membentuk hipotesis. Adanya kemungkinan pemalsuan data selama

Velda Awinna Firdausy, 2023
PENGARUH ANTESEDEN KEPERCAYAAN PADA SITUS (WEBSITE TRUST) CONSUMER GENERATED MEDIA TERHADAP LOYALITAS PENGGUNANYA
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

proses pengumpulan data dan teknik pengumpulan data yang tidak selalu mudah. Sehingga, pengujian data diperlukan untuk memperoleh kualitas yang baik. Pengujian dilakukan dua tahap yaitu uji validitas dan reliabilitas, hal ini untuk menilai kelayakan instrumen penelitian yang diberikan kepada responden. Data yang *valid* dan *reliable* memengaruhi keberhasilan kualitas temuan penelitian, oleh karena itu data yang diperlukan untuk penelitian harus *valid* dan *reliabel*.

Pada penelitian ini digunakan alat bantu program *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) 25.0 for Windows, sebagai perangkat lunak untuk melakukan uji validitas dan reabilitas.

3.5.1 Uji Validitas

(Sugiyono 2021) menyatakan sebuah instrumen dikatakan valid apabila suatu pernyataan dapat dipakai untuk melakukan pengukuran terhadap hal yang seharusnya diukur. Dengan melakukan uji validitas, dapat diketahui apakah pernyataan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilaksanakan dengan membandingkan nilai koefisien *corrected item total correlation* dengan *rtabel* pada signifikansi 5% dan dihitung dengan menggunakan *software Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) 25.0 for Windows. Berikut adalah beberapa dasar uji validitas menggunakan teknik *corrected item-total correlaton* Menurut Sugiyono (Warnilah, 2018):

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (*degree of freedom*) = instrumen dianggap valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (*degree of freedom*) = instrumen dianggap tidak valid, artinya instrumen tidak dapat digunakan dalam penelitian.

Nilai *rtabel product moment* dilihat pada distribusi nilai *rtabel* statistik berdasarkan nilai *degree of freedom* pada penelitian. Rumus *degree of freedom* adalah $df = n - 2$, sehingga *degree of freedom* dalam penelitian $df = 30 - 2 = 28$. Maka untuk $n = 28$ pada signifikansi 5% yaitu 0.374.

Dengan pengumpulan data awal sebesar 30 responden, maka hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel X1

| Item | <i>rhitung</i> | <i>rtabel</i> 5% | Keterangan |
|------|----------------|---------------------|--------------|
| X1.1 | 0.649 | 0.374 | <i>Valid</i> |

| | | | |
|------|-------|-------|--------------|
| X1.2 | 0.474 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| X1.3 | 0.797 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| X.14 | 0.795 | 0.374 | <i>Valid</i> |

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas menunjukkan semua instrumen *source credibility* dikatakan *valid*, karena nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel pada signifikansi 5% yaitu 0.374. Dengan begitu artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel X2

| Item | rhitung | rtabel 5% | Keterangan |
|-------------|----------------|----------------------|-------------------|
| X2.1 | 0.752 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| X2.2 | 0.773 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| X2.3 | 0.634 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| X2.4 | 0.742 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| X2.5 | 0.821 | 0.374 | <i>Valid</i> |

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas menunjukkan semua instrumen *source credibility* dikatakan *valid*, karena nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel pada signifikansi 5% yaitu 0.374. Dengan begitu artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel X3

| Item | rhitung | rtabel 5% | Keterangan |
|-------------|----------------|----------------------|-------------------|
| X3.1 | 0.525 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| X3.2 | 0.845 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| X3.3 | 0.855 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| X3.4 | 0.646 | 0.374 | <i>Valid</i> |

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas menunjukkan semua instrumen *source credibility* dikatakan *valid*, karena nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel pada signifikansi 5% yaitu 0.374. Dengan begitu artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Y1

| Item | rhitung | rtabel 5% | Keterangan |
|-------------|----------------|----------------------|-------------------|
| Y1.1 | 0.724 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| Y1.2 | 0.793 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| Y1.3 | 0.541 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| Y1.4 | 0.684 | 0.374 | <i>Valid</i> |

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas menunjukkan semua instrumen *source credibility* dikatakan *valid*, karena nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel pada signifikansi 5% yaitu 0.374. Dengan begitu artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 3. 7 Uji Validitas Variabel Y2

| Item | rhitung | rtabel 5% | Keterangan |
|-------------|----------------|----------------------|-------------------|
| Y2.1 | 0.755 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| Y2.2 | 0.768 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| Y2.3 | 0.837 | 0.374 | <i>Valid</i> |
| Y2.4 | 0.662 | 0.374 | <i>Valid</i> |

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas menunjukkan semua instrumen *source credibility* dikatakan *valid*, karena nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel pada signifikansi 5% yaitu 0.374. Dengan begitu artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016), uji reliabilitas merupakan uji konstistensi yang dilakukan pada responden untuk mengukur jawaban dari pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan reliabel, apabila jawaban yang diberikan responden selalu stabil atau konsisten.

Dalam penelitian ini untuk mencari konsistensi jawaban, uji validitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa kuat *item* dalam suatu kumpulan berkorelasi positif satu sama lain (Sekaran, 2017). Sebagaimana Ghazali (2018) menyatakan bahwa

jika koefisien *cronbach alpha* > 0.70 , maka dapat dikatakan pertanyaan atau suatu konstruk maupun variabel adalah reliabel. Pengujian reliabilitas teknik *Cronbach alpha* dalam penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS 29. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan:

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai <i>Cronbach Alpha</i> | Nilai Kritis | Keterangan |
|----------|-----------------------------|--------------|------------|
| X1 | 0.836 | 0.7 | Reliabel |
| X2 | 0.905 | 0.7 | Reliabel |
| X3 | 0.863 | 0.7 | Reliabel |
| Y1 | 0.852 | 0.7 | Reliabel |
| Y2 | 0.934 | 0.7 | Reliabel |

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan dalam tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* pada setiap variabel memiliki nilai lebih besar dari nilai kritis yaitu 0.7, dengan begitu dapat dikatakan variabel penelitian adalah reliabel.

3.6 Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan suatu deskripsi atau gambaran dari data yang telah didapatkan melalui kuesioner. Ali Ferdinand (dalam Nurmalia Safitri, Triwardhani, dan Sembiring (2021) menyatakan bahwa tujuan dilakukan analisis deskriptif adalah untuk menggambarkan jawaban mengenai gambaran deskriptif responden penelitian dan analisis persepsi responden terhadap item-item pertanyaan yang diberikan.

3.6.2 Analisis Statistik

Teknik analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan teknik *structural equation model* (SEM). SEM merupakan salah satu teknik statistik yang dapat menguji hubungan antar satu konstruk laten dengan yang lainnya, konstruk laten dan indikatornya, serta menganalisis kesalahan secara langsung. SEM adalah analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antara variabel yang lebih kompleks, untuk mendapatkan gambaran yang komperhensif dari keseluruhan model (Ghozali 2009). *Structural Equation Modeling* (SEM) terbagi

Velda Awinna Firdausy, 2023

PENGARUH ANTESEDEN KEPERCAYAAN PADA SITUS (WEBSITE TRUST) CONSUMER GENERATED MEDIA TERHADAP LOYALITAS PENGGUNANYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menjadi dua kelompok, pertama SEM berbasis kovarian harus menciptakan dan membangun model yang berorientasi pada pengujian teori yang kuat, *software* yang biasa digunakan adalah AMOS atau LISREL. Kedua, SEM berbasis varian dimana lebih mementingkan pada model prediksi sehingga adanya dukungan teori yang kuat tidak menjadi hal penting, *software* yang biasa digunakan yaitu PLSGraph atau SmartPLS (Ghozali, 2014).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square*. PLS adalah model persamaan *structural equation modeling* (SEM) yang beroperasi pada pendekatan berbasis varian atau komponen (Ghozali 2006). PLS-SEM merupakan teknik estimasi yang berbasis regresi untuk menentukan sifat statistik. PLS merupakan metode yang banyak digunakan, karena tidak memerlukan data yang berdistribusi normal. Ghozali (2006) menyatakan bahwa PLS adalah metode analisis yang *powerfull*, karena tidak memerlukan banyak asumsi seperti tidak mensyaratkan data harus berdistribusi normal dan jumlah sampel yang tidak harus besar.

Analisis data teknik PLS-SEM dilakukan dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 3.0. Adapun 3 tahapan yang perlu dilakukan dalam melakukan analisis PLS menurut (Hair et al, 2019):

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)
2. Model Strukturan (*Inner Model*)
3. Pengujian Hipotesa

3.6.3 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menganalisis hubungan antara kelompok indikator dengan variabel laten. Dalam melakukan pengujian *outer model*, terdapat 4 kriteria yang harus dinilai untuk menguji validitas dan reliabilitas dengan menilai *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*.

- a. Uji *Convergent Validity*, terbentuk ketika indikator-indikator berbeda dari konstruk yang sama saling berkorelasi kuat dan menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut mengukur konsep dasar yang sama (Hair et al. 2019) *Convergent validity* dilihat berdasarkan nilai *factor loading* pada masing-masing indikatornya dari hasil pengujian individual item yang

menggambarkan hubungan anatar setiap indikator dengan konstruknya. Suatu indikator dapat dikatakan valid atau ideal dalam mengukur konstruknya, ketika nilai *factor loading* > 0.70 . Jika nilai *loading factor* semakin tinggi, maka peran loading dalam menginterpretasi matrik faktor semakin penting. Namun, menurut (Chin n.d.) pada penelitian awal pengembangan skala pengukuran dengan nilai *factor loading* 0.50 sampai 0.60 sudah dianggap mencukupi.

- b. Uji *Discriminant Validity*, dilakukan untuk memastikan indikator setiap konstruk berbeda atau tidak berkorelasi dengan indikator dari variabel lainnya. Dalam mengukur *discriminant validity* pada *software* SmartPLS dapat melalui 2 teknik yakni dengan menilai *Cross Loading* dan *Fornell-Lacker Criterion*. Pada pengujian berdasarkan *Cross Loading*, *discriminant validity* akan dikatakan baik ketika menunjukkan nilai indikator dari setiap konstruk lebih besar daripada nilai indikator pada konstruk lainnya, sedangkan untuk pengujian *Fornell-Lacker Criterion* dapat dikatakan baik ketika nilai *Root of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi indikator dari konstruk lainnya (*latent variable correlation*). Nilai AVE direkomendasikan > 0.50 agar dapat dikatakan valid (Fornell & Larcker 1981).
- c. Uji *Composite Reliability*, metode yang dilakukan untuk mengukur nilai yang sesungguhnya reliabilitas pada suatu konstruk. Hair et al (2019) menyatakan nilai *composite reliable* dapat dikatakan *reliable* atau diandalkan ketika nilai > 0.70 , namun nilai 0.60 masih dapat diterima.
- d. *Cronbach's Alpha*, uji *composite reliability* yang sebelumnya sudah dilakukan diperkuat dengan *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* cenderung mengukur *lower bound estimate reliability* (batas bawah nilai reliabilitas), sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya atau merupakan *closer approximation* dengan asumsi estimasi lebih akurat. Nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan *reliable* jika > 0.60 (Ghozali 2014).

3.6.4 Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau model struktural memiliki kegunaan untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas (sebab-akibat) antara variabel yang tidak bisa diukur

secara langsung atau variabel laten (Chin, 1998). Terdapat beberapa tahap untuk menguji hubungan antara konstruk. Dalam menganalisis kedekatan antara konstruk dapat dilihat dari *path coefficient* (koefisien jalur). Tanda arah yang terdapat dalam *path coefficient* (koefisien jalur) harus sama dengan teori yang dihipotesiskan. Proses *bootstrapping (resampling method)* dilakukan untuk menilai signifikansi dari *path coefficient* yang dilihat melalui *t-test (critical ratio)*. Berikut ini adalah tahapan pengujian model struktural (*inner model*) menurut (Hair et al. 2019):

a. *Coefficient of Determination (R²)*

Berdasarkan Rigdon (2012) R-Square (R²) dilakukan untuk memprediksi model dan menghitung korelasi kuadrat antara nilai aktual dan nilai prediksi konstruk endogen tertentu. Mengevaluasi R-Square (R²). R-Square (R²) atau koefisien determinasi adalah nilai yang memperlihatkan pengaruh variabel eksogen (independen) terhadap variabel endogen (dependen). Cohen (1988) membagi 3 batasan kriteria nilai R-Square (R²) yaitu sebesar 0.67 sebagai substansial (kuat), 0.33 (moderat), dan 0.19 (lemah). Sehingga, disimpulkan jika nilai semakin tinggi maka semakin tinggi korelasi antara nilai aktual dan nilai prediksi pada konstruk.

b. *Uji Predictive Relevance (Q²)*

Geisser, 1975; Stone, n.d.) menjelaskan bahwa *Q-Square* atau *Stone-Geisser's* dilakukan untuk menilai kecocokan model. Pada model PLS menggunakan proses *blinffolding* untuk mengetahui *Q-Square* atau *Stone-Geisser's*. Pengujian Q² dilakukan untuk mengukur seberapa baik estimasi parameternya dan nilai yang dihasilkan oleh model. Nilai Q² *predictive relevance* dapat dikatakan baik apabila nilainya lebih besar, dimana menunjukkan variabel eksogen baik sebagai variabel penjelas yang dapat memprediksi variabel endogennya. Apabila model memiliki nilai Q² > 0, maka artinya model tersebut terdapat relevansi prediktif. Sedangkan, jika model memiliki nilai Q² < 0, maka artinya model tersebut tidak mempunyai relevansi prediktif (Hair et al. 2012).

c. *Goodness of Fit Model (GoF)*

Tahapan terakhir yaitu mencari nilai *Goodness of Fit Index (GoF)*. GoF dilakukan untuk memvalidasi keseluruhan model (Vinzi et al., 2004).

Kriteria untuk nilai GoF menurut Vinzi et al. (2004) yaitu, apabila hasilnya memiliki nilai 0.1 artinya nilai GoF dikatakan kecil, apabila hasilnya memiliki nilai 0.25 artinya nilai GoF dikatakan medium, dan apabila memiliki nilai 0.38 artinya nilai GoF dikatakan besar. Untuk memperoleh nilai GoF pada PLS-SEM dilakukan secara manual dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{GoF} = \sqrt{R^2 \times AVE}$$

3.6.5 Uji Hipotesis

Hipotesis dapat dinyatakan signifikan atau terbukti kebenarannya jika nilai *t-statistics* (t-hitung) lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel dan nilai dari *P-value* di bawah nilai alpha yang telah ditentukan pada penelitian ini yaitu dengan tingkat signifikansi 0.05 (*one tailed*). Menurut Hussein (2015) untuk mengetahui hipotesis dapat melihat dari nilai *path coefficient*, *t-statistics*, dan *p-value*. Lebih lanjut, karena dalam penelitian ini terdapat variabel mediasi yaitu *website trust* akan dilakukan pengujian tidak langsung. Suatu variabel dikatakan variabel mediasi atau variabel *intervening* apabila variabel tersebut memiliki pengaruh di antara variabel independen dan variabel dependen. Sebagaimana menurut (Haryono n.d.) apabila nilai *t-statistics* > 1.96 dan *p-value* > 0.05 artinya hipotesis diterima, sebaliknya apabila nilai *t-statistics* < 1.96 dan *p-value* < 0.05 artinya hipotesis tidak diterima.

3.6.6 Analisis Mediasi

Dalam uji analisis mediasi berfokus pada bagaimana suatu efek langsung (*direct effect*) antara variabel eksogen terhadap variabel mediasi dan efek tidak langsung (*indirect effect*) antara variabel eksogen terhadap variabel endogen dengan melalui variabel mediasi (Baron dan Kenny 1986).

Menurut (MacKinnon et al 1995) berikut ini adalah persyaratan bagaimana efek mediasi dapat terjadi:

- a. Variabel eksogen (independen) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel mediasi yaitu apabila nilai *t-statistics* > 1.96.
- b. Variabel eksogen (independen) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel endogen (dependen) tanpa adanya mediator.
- c. Variabel mediasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel endogen (dependen) yaitu apabila nilai *t-statistics* > 1.96.

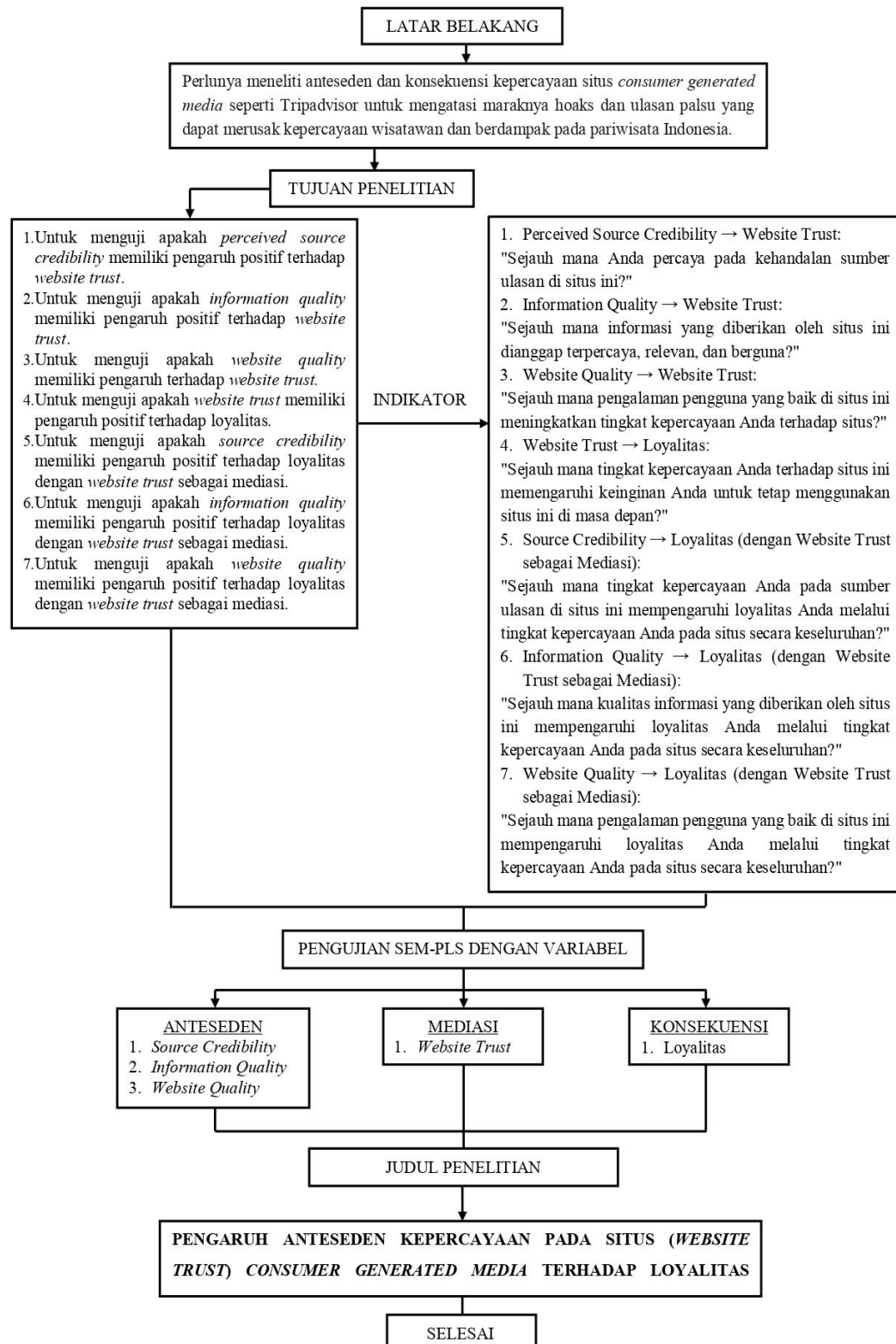
- d. Pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen menjadi lebih kecil dengan adanya mediator.

3.7 Alasan Menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* karena tidak didasarkan pada banyak asumsi (Wold, 1985). PLS-SEM bersifat fleksibel terhadap jenis data karena metodenya tidak bergantung pada distribusi normal atau parametrik. PLS dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antara variabel laten. Berikut adalah beberapa poin alasan penggunaan PLS-SEM dalam penelitian ini:

1. PLS-SEM dianggap sebagai metode analisis yang powerful karena tidak terlalu bergantung pada asumsi-asumsi yang kuat. Hal ini memungkinkan penelitian dengan sampel yang tidak terdistribusi normal multivariat.
2. PLS-SEM dapat memberikan hasil yang dapat diandalkan bahkan dengan sampel yang tidak terlalu besar, seperti dalam penelitian ini.
3. PLS-SEM dapat menangani berbagai jenis skala pengukuran, termasuk skala ordinal dan Likert.
4. PLS-SEM dipilih karena untuk memahami sejauh mana kepercayaan pada situs CGM dapat memprediksi perilaku loyalitas pengguna. Metode ini dapat menilai seberapa kuat kepercayaan ini dapat menjadi prediktor perilaku setia pengguna terhadap situs tersebut.
5. Dengan kompleksitas konsep kepercayaan situs CGM dan karakteristik data yang mungkin dihadapi, PLS-SEM menjadi pilihan yang tepat untuk pengembangan model dalam penelitian ini.

3.8 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3. 2 Diagram Alir Penelitian