

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menginvestigasi dampak harga dan diskon, termasuk promosi gratis ongkir, terhadap keputusan penggunaan. Variabel independen meliputi harga (X_1), yang mencakup keterjangkauan, kesesuaian dengan kemampuan, manfaat, dan kualitas harga, serta diskon (X_2), dengan fokus pada daya tarik, ketepatan, dan frekuensi program diskon. Mediasi dianalisis melalui variabel promosi gratis ongkir (M), yang mempertimbangkan perhatian, daya tarik, keinginan pembelian, dan dorongan untuk menggunakan layanan. Variabel dependen adalah keputusan penggunaan (Y), yang mencakup pemilihan produk, merek, penyalur, waktu, dan jumlah penggunaan.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksplanatori, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai suatu masalah tertentu. Metode penelitian kuantitatif, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2020), didasarkan pada pendekatan positivistik yang menggunakan data konkret. Data dalam penelitian ini berupa angka-angka yang akan diukur dan dianalisis menggunakan alat statistik untuk menguji hipotesis serta menghasilkan kesimpulan yang relevan terkait dengan masalah yang sedang diteliti.

Penelitian ini juga menerapkan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Ramdhan (2021), metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis hasil penelitian tanpa membuat kesimpulan yang lebih umum. Sementara itu, metode verifikatif menurut Sugiyono (2020) digunakan untuk menguji hipotesis yang dihasilkan dari penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis statistik untuk menentukan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak.

3.3 Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | Item |
|--|---|--|--|----------|------|
| Harga (X₁) | Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh produk tertentu, baik itu berupa barang atau jasa. (Gitosudarmo, 2019) | Keterjangkauan Harga | Tingkat harga yang dapat dijangkau oleh target pasar | Interval | 1 |
| | | Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk | Tingkat harga yang sesuai dengan kualitas produk | Interval | 2 |
| | | Harga sesuai dengan manfaat produk | Tingkat harga yang sesuai dengan manfaat inti produk | Interval | 3 |
| | | Daya saing harga | Tingkat harga yang diberikan lebih murah dari competitor | Interval | 4 |
| Diskon (X₂) | Diskon adalah pengurangan jumlah tertentu yang akan dibayar atau diterima oleh konsumen, yang merupakan jumlah yang dikurangkan dari harga awal suatu produk atau layanan. (Kusnawan et al., 2019) | Besarnya potongan harga | Tingkat ukuran potongan harga yang diberikan pada saat produk di diskon | Interval | 5 |
| | | Masa potongan harga | Tingkat jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya diskon | Interval | 6 |
| | | Jenis produk yang mendapatkan potongan harga | Tingkat keanekaragaman pilihan pada produk yang diberikan diskon | Interval | 7 |
| Promosi Gratis Ongkos Kirim (M) | Promosi Gratis Ongkos Kirim adalah salah satu bentuk promosi penjualan yang menggunakan insentif beragam untuk mendorong penggunaan jasa secara cepat dan meningkatkan volume produk yang dibeli oleh konsumen. | Memberikan Perhatian | Tingkat perhatian konsumen untuk menciptakan daya tarik terhadap brand atau produk | Interval | 8 |
| | | Memiliki Daya Tarik | Tingkat minat beli atau rasa ingin tahu konsumen terhadap objek yang ditawarkan. | Interval | 9 |
| | | Membangkitkan keinginan membeli dengan penggunaan jasa | Tingkat keinginan konsumen untuk memiliki | Interval | 10 |

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | Item |
|---------------------------------|--|--------------------------------|---|----------|------|
| | (Amalia & Wibowo, 2019) | | suatu produk dengan melakukan suatu penggunaan. | | |
| | | Mendorong melakukan penggunaan | Tingkat keinginan konsumen sehingga memutuskan untuk melakukan suatu penggunaan. | Interval | 11 |
| Keputusan Penggunaan (Y) | Keputusan Penggunaan adalah suatu proses dimana konsumen mengidentifikasi masalahnya, mencari informasi tentang produk tertentu, dan memutuskan apakah akan membeli atau tidak (Gunawan, 2022) | Pilihan produk | Tingkat pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. | Interval | 12 |
| | | Pilihan merek | Tingkat pengambilan keputusan konsumen untuk merek yang digunakan, setiap merek memiliki perbedaan tersendiri | Interval | 13 |
| | | Pilihan saluran distribusi | Tingkat pengambilan keputusan konsumen untuk aplikasi mana yang akan digunakan. | Interval | 14 |
| | | Jumlah penggunaan | Tingkat pengambilan keputusan konsumen untuk seberapa banyak yang akan digunakan, menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen. | Interval | 15 |
| | | Waktu penggunaan | Tingkat Jangka waktu penggunaan setiap konsumen | Interval | 16 |

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | Item |
|----------|-----------------|-------------------|--|----------|------|
| | | | berbeda-beda, seperti; penggunaan seminggu sekali. | | |
| | | Metode Pembayaran | Tingkat pengambilan keputusan konsumen tentang metode pembayaran yang akan dilakukan pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa. | Interval | 17 |

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah informasi yang relevan untuk penelitian. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data:

1. Data Primer

Data primer, menurut Sugiyono (2020), adalah sumber data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber pertama atau tempat di mana objek penelitian berada. Peneliti mengumpulkan data primer melalui wawancara dengan informan yang terlibat dalam topik penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder, menurut Sugiyono (2020), adalah sumber data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber pertama, tetapi melalui orang lain atau dokumen lain.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2020), populasi adalah kumpulan keseluruhan dari obyek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian diambil kesimpulannya.

Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebanyak 2.469.589 keputusan penggunaan jasa layanan *ShopeeFood* di Kota Bandung (databoks, 2020).

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2020), sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dalam penelitian. Populasi sendiri adalah kumpulan dari obyek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Berdasarkan konsep tersebut, peneliti melakukan pengambilan sampel dari populasi yang berjumlah 2.469.589 orang, dengan menggunakan perhitungan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel / Jumlah Responden

N : Ukuran Populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerin, 5%.

Menurut Sugiyono (2020), dalam menentukan jumlah sampel dari populasi, dapat dikembangkan berdasarkan tingkat kesalahan yang ditetapkan, yaitu 1%, 5%, dan 10%. Dalam penelitian ini, ukuran sampel minimum dari populasi ditentukan dengan menggunakan presentase kelonggaran sebesar 5%, dan hasil perhitungan akan dibulatkan untuk memastikan kesesuaian. Oleh karena itu, untuk menentukan sampel penelitian, perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{2.469.589}{1 + 2.469.589 (0.05)^2} = 399$$

Tingkat kesalahan sebesar 5%, dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 399 responden.

3. Teknik Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan

sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel (Sugiyono, 2020). Lebih lanjut, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* disebut sederhana karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2020). Berikut adalah langkah-langkah dalam menentukan sampel dengan *simple random sampling*:

1. Untuk memastikan bahwa setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih, gunakan teknik pengacakan seperti menggunakan software Microsoft Excel yang memiliki fungsi pengacakan otomatis untuk memilih sampel.
2. Setelah teknik pengacakan diterapkan, pilih individu atau unit yang telah diacak untuk menjadi bagian dari sampel penelitian. Pastikan bahwa setiap unit hanya dipilih sekali.
3. Lakukan pengumpulan data dari sampel yang telah dipilih. Proses ini bisa melibatkan survei, wawancara, atau metode pengumpulan data lainnya sesuai dengan kebutuhan penelitian.
4. Setelah data dari sampel dikumpulkan, lakukan analisis untuk menyimpulkan hasil yang dapat digeneralisasi ke seluruh populasi.

3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

1. Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan atau validitas suatu kuesioner. Suatu instrumen atau kuesioner dianggap valid jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu mengukur dengan tepat apa yang dimaksudkan oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018).

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan, sering kali dilakukan uji signifikansi terhadap koefisien korelasi pada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa suatu item dianggap valid jika korelasinya signifikan terhadap skor total. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan

memiliki nilai positif, maka item atau pertanyaan atau variabel tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item atau pertanyaan atau variabel tersebut dianggap tidak valid. Berikut ini adalah hasil uji validitas:

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

| Variabel | Kode Indikator | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-----------------------|----------------|--------------|-------------|----------------|
| Harga | H1 | 0.799 | 0.3 | Validitas Baik |
| | H2 | 0.783 | 0.3 | Validitas Baik |
| | H3 | 0.697 | 0.3 | Validitas Baik |
| | H4 | 0.709 | 0.3 | Validitas Baik |
| Diskon | D1 | 0.806 | 0.3 | Validitas Baik |
| | D2 | 0.838 | 0.3 | Validitas Baik |
| | D3 | 0.643 | 0.3 | Validitas Baik |
| Promosi gratis ongkir | GO1 | 0.729 | 0.3 | Validitas Baik |
| | GO2 | 0.788 | 0.3 | Validitas Baik |
| | GO3 | 0.693 | 0.3 | Validitas Baik |
| | GO4 | 0.756 | 0.3 | Validitas Baik |
| Keputusan Penggunaan | KP1 | 0.776 | 0.3 | Validitas Baik |
| | KP2 | 0.759 | 0.3 | Validitas Baik |
| | KP3 | 0.632 | 0.3 | Validitas Baik |
| | KP4 | 0.814 | 0.3 | Validitas Baik |
| | KP5 | 0.818 | 0.3 | Validitas Baik |
| | KP6 | 0.815 | 0.3 | Validitas Baik |

Sumber: Olah Data SPSS v25 (2024)

Berdasarkan Tabel di atas memperlihatkan hasil uji validitas pada semua indikator telah memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh indikator memiliki nilai validitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang telah disyaratkan.

2. Pengujian Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018), reliabilitas merupakan alat untuk mengukur konsistensi suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk tertentu. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana hasil pengukuran dari

kuesioner tetap konsisten dalam penggunaan berulang. Jawaban yang konsisten dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan menunjukkan reliabilitas yang baik, sedangkan jawaban yang tidak konsisten menandakan reliabilitas yang rendah.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur reliabilitas, penulis menggunakan teknik Cronbach Alpha. Variabel yang diuji meliputi kompleksitas tugas, tekanan ketaatan, pengetahuan auditor, serta audit judgment. Menurut kriteria yang disebutkan oleh Ghozali (2018), jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,70$, maka pertanyaan atau konstruk dianggap reliabel atau andal. Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha $< 0,70$, maka pertanyaan atau konstruk tersebut dianggap tidak reliabel. Perhitungan reliabilitas menggunakan formula Cronbach Alpha dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 25. Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|-----------------------|-------------------------|-------------------|
| Harga | 0.736 | Reliabilitas baik |
| Diskon | 0.650 | Reliabilitas baik |
| Promosi gratis ongkir | 0.715 | Reliabilitas baik |
| Keputusan Penggunaan | 0.847 | Reliabilitas baik |

Hasil uji reliabilitas pada Tabel di atas menjelaskan bahwa seluruh variabel memiliki *cronbach's alpha* berada $> 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen pernyataan yang digunakan dinyatakan reliabel. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka didapatkan hasil bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini sudah valid dan reliabel.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Menurut (Ghozali, 2018), sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan pengolahan data terlebih dahulu. Tahap pengolahan data dalam penelitian ini meliputi *editing*, *coding*, dan tabulasi.

1. *Editing*

Editing atau pemeriksaan adalah proses pengecekan dan penelitian kembali terhadap data yang telah terkumpul untuk menilai kecocokan dan relevansi data tersebut sebelum dapat diproses lebih lanjut. Fokus utama dalam editing ini meliputi keberhasilan dalam melengkapi pengisian kuesioner, jelasnya tulisan yang digunakan, kecocokan antara pertanyaan dan jawaban, serta relevansi dari jawaban yang diberikan.

2. *Coding*

Coding atau pemberian kode adalah pengklasifikasian jawaban yang diberikan responden sesuai dengan macamnya. Dalam tahap koding biasanya dilakukan pemberian skor dan simbol pada jawaban responden agar nantinya bisa lebih mempermudah dalam pengolahan data.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan langkah lanjut setelah pemeriksaan dan pemberian kode. Dalam tahap ini data disusun dalam bentuk tabel agar lebih mempermudah dalam menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian. Tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel frekuensi yang dinyatakan dalam persen.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018), statistik deskriptif adalah teknik analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan data penelitian dengan menghitung nilai-nilai seperti minimum, maksimum, rata-rata (mean), standar deviasi, total (sum), rentang (range), kurtosis, dan kemencengan distribusi. Tujuan utama dari teknik ini adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang fenomena yang terkait dengan variabel-variabel penelitian berdasarkan data yang telah terkumpul. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menghitung nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang sedang diteliti.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik menggunakan model uji sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel residual dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak (Ghozali, 2013:160). Normalitas ini dapat diuji secara statistik menggunakan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan bantuan SPSS Statistics 21 For Windows. Jika nilai signifikansi K-S lebih besar atau sama dengan 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal (Ghozali, 2016).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah dalam model regresi terjadi ketidakseragaman varians dari residual antar pengamatan. Homoskedastisitas terjadi jika varians dari residual tetap konstan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, sedangkan heteroskedastisitas terjadi jika varians tersebut berbeda-beda. Terdapat beberapa metode untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas, salah satunya adalah dengan memvisualisasikan grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residual (SRESID). Analisis dilakukan sebagai berikut:

- 1 Jika terdapat pola tertentu pada grafik scatterplot, misalnya pola gelombang atau pola yang menunjukkan variasi yang tidak konstan (melebar dan menyempit), ini menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas.
- 2 Jika tidak ada pola yang jelas pada grafik scatterplot dan titik-titik tersebar secara merata di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y adalah nilai prediksi yang telah dihitung (ZPRED) dan sumbu X adalah residual (SRESID) yang telah di-standardisasi.

3. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah hubungan antara dua variabel bersifat linear. Analisis linieritas digunakan untuk menentukan apakah prediktor dari variabel independen secara linear terkait dengan variabel dependen. Pengujian ini dapat dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS for Windows dengan menggunakan tes untuk linieritas pada tingkat signifikansi 0,05. Kriteria untuk menguji linieritas adalah bahwa data memenuhi kriteria linieritas jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, atau jika nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa hubungan linear terpenuhi.

4. Multikolienaritas

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara variabel independen. Multikolienaritas dapat dinilai melalui penggunaan nilai Tolerance (TOL) dan Variance Inflation Factor (VIF). VIF mengukur seberapa besar variabilitas suatu variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Sebaliknya, nilai TOL menunjukkan seberapa besar variasi dari satu variabel independen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai TOL yang rendah setara dengan nilai VIF yang tinggi, karena $VIF = 1/TOL$. Umumnya, nilai cut-off untuk mendeteksi multikolienaritas adalah $TOL < 0,10$ atau $VIF > 10$ (Ghozali, 2016).

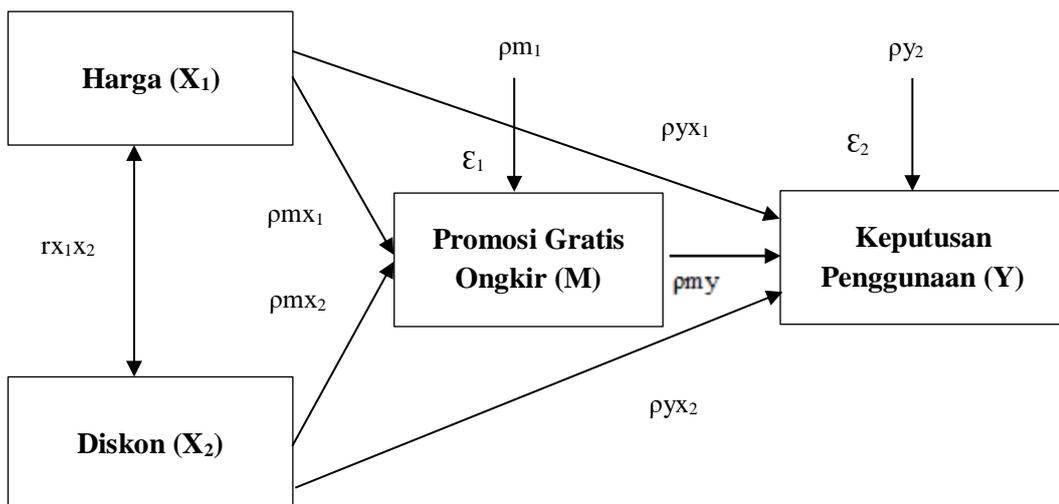
3.8.3 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Penulis menggunakan analisis jalur (*path analysis*) karena untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel eksogen dengan variabel endogen.

3.8.3.1 *Path Diagram*

Penelitian ini menggunakan diagram jalur sesuai dengan pendapat Juanim (2020), yang menyatakan bahwa diagram jalur adalah alat grafis untuk menggambarkan struktur hubungan kausal antara variabel independen, mediasi, dan dependen. Dalam analisis jalur, variabel dibagi menjadi dua jenis: variabel eksogen, yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model, dan variabel endogen, yang variasinya dijelaskan oleh variabel eksogen atau variabel endogen lainnya dalam sistem.

Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah harga dan diskon sedangkan variabel endogen adalah keputusan penggunaan jasa layanan dan promosi gratis ongkir. Model hubungan antara variabel yang telah dijelaskan tersebut dapat dilihat melalui diagram jalur yaitu sebagai berikut.



Gambar 3.1 Diagram Jalur

3.8.3.2 Koefisien Jalur

Besarnya pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen dapat dilihat melalui koefisien jalur mengindikasikan besarnya jalur dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien jalur biasanya dicantumkan pada diagram jalur yang dinyatakan dengan nilai numeric untuk mengestimasi koefisien jalur, jika hanya satu variabel eksogen (X) mempengaruhi secara langsung terhadap variabel endogen Y, maka ρ_{yx} di estimasi dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y jadi $\rho_{yx} = r_{xy}$ (Juanim, 2020:59).

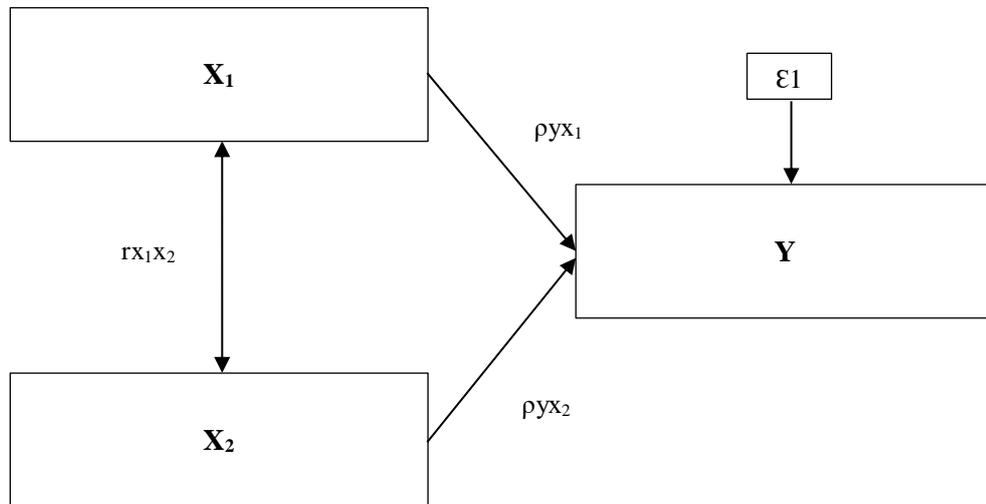
Untuk lebih memperjelas koefisien jalur dapat dilihat pada sebuah *path diagram* yang ada di gambar 3.2 dalam gambar tersebut dapat kita lihat koefisien jalur sebagai berikut:

1. r_{x1x2} adalah koefisien korelasi antara variabel X1 dengan X2
2. ρ_{mx1} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X1 terhadap M
3. ρ_{mx2} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X2 terhadap M
4. ρ_{my} adalah jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap M
5. ρ_{mx1} adalah jalur untuk pengaruh langsung X1 terhadap M
6. ρ_{zx2} adalah jalur untuk pengaruh langsung X2 terhadap M
7. ε adalah pengaruh faktor lain
8. ρ_{ey1} adalah jalur untuk pengaruh langsung ε_1 terhadap Y
9. ρ_{em2} adalah jalur untuk pengaruh langsung ε_2 terhadap M

3.8.3.3 Persamaan Struktural

Analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural. Persamaan struktural, menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti, yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sistematis. menurut Juanim (2020:60). Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut.

Struktur I



Gambar 3.2 Model Struktur I Hubungan X_1 , X_2 dengan Y

Keterangan:

X_1 : Harga

X_2 : Diskon

Y : Keputusan Penggunaan Jasa Layanan

ϵ_1 : Faktor yang mempengaruhi Y selain X

$r_{X_1X_2}$: Hubungan harga dengan diskon

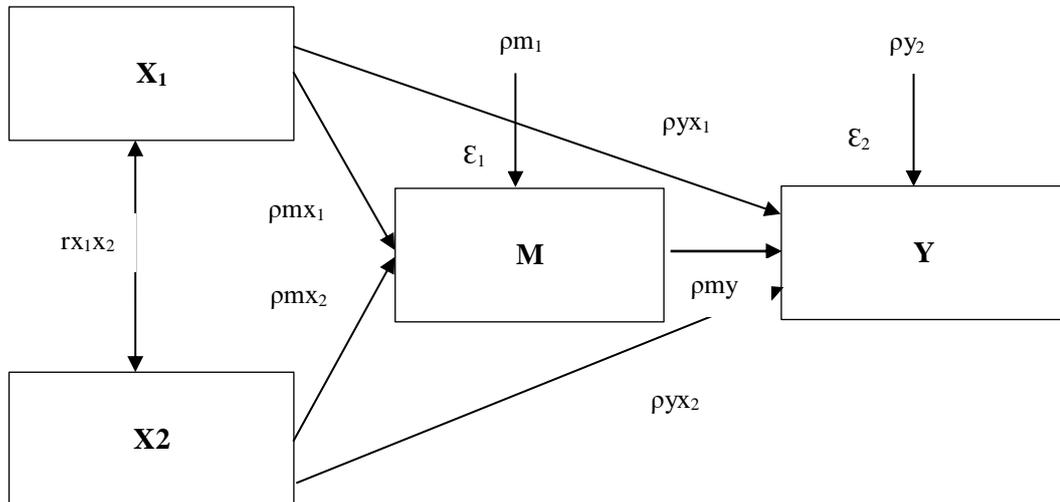
ρ_{YX_1} ρ_{YX_2} : Nilai korelasi harga dengan diskon

Berikut ini adalah bentuk dari persamaan struktural atau substruktur I dalam penelitian ini:

$$Y = \rho_{YX_1}X_1 + \rho_{YX_2}X_2 + \epsilon_1$$

Untuk analisis jalur, koefisien yang digunakan adalah beta atau standar koefisien (*standardized coefficients*). Untuk mengetahui hal lain diluar model (*error*) dihitung dengan rumus $\epsilon = 1 - R^2$.

Struktur II



Gambar 3.3 Model Struktur II Hubungan X1, X2, M dan Y

Keterangan:

| | |
|---|---|
| X_1 | : Harga |
| X_2 | : Diskon |
| M | : Promosi gratis ongkir |
| Y | : Keputusan Penggunaan Jasa Layanan |
| ϵ_1 | : Faktor lain yang mempengaruhi promosi gratis ongkir |
| ϵ_2 | : Faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan |
| ρ_{mx_1} , ρ_{mx_2} , ρ_{my} | : Nilai korelasi harga, diskon, keputusan penggunaan |

Berikut ini adalah bentuk dari persamaan struktural atau substruktur II dalam penelitian ini:

$$M = \rho_{mx_1} + \rho_{mx_2} + \rho_{my} + \epsilon_1$$

3.8.3.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Berdasarkan diagram jalur dapat dilihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi

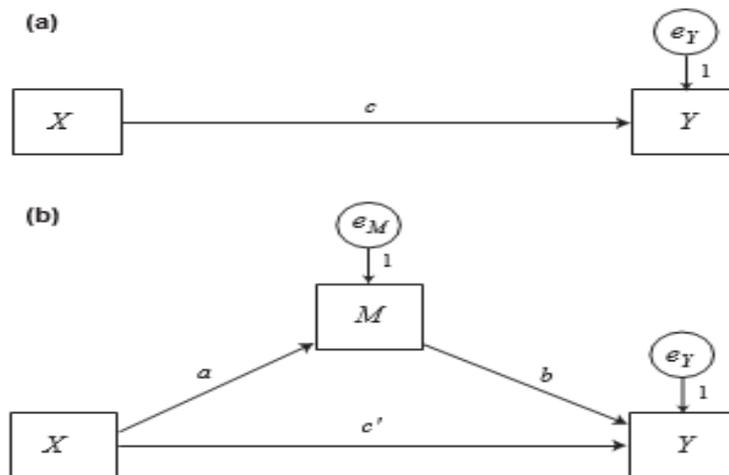
dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen atau variabel lain yang disebut variabel intervening dalam Juanim (2020:62).

3.8.4 Analisis Variabel Mediasi Intervening (Versi Baron dan Kenny)

Analisis variabel mediasi menggunakan pendekatan Baron dan Kenny, yang juga dikenal sebagai strategi langkah kausal, melibatkan estimasi dari tiga persamaan regresi yang berbeda.

1. Dalam analisis regresi sederhana, variabel mediator (M) diprediksi oleh variabel independen (X), dengan harapan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel mediator, sehingga koefisien $a \neq 0$.
2. Analisis regresi sederhana juga mengindikasikan bahwa variabel dependen (Y) diprediksi oleh variabel independen (X), dengan harapan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga koefisien $c \neq 0$.
3. Dalam analisis regresi berganda, variabel dependen (Y) diprediksi oleh variabel independen (X) dan mediator (M). Di sini, diharapkan variabel mediator memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga koefisien $b \neq 0$. Proses mediasi dianggap terjadi jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (disebut c') lebih rendah pada persamaan ketiga dibandingkan pada persamaan kedua (disebut c).

Koefisien a dan b yang signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya mediasi, walaupun c tidak signifikan. Oleh karena itu, tahap penting dalam pengujian mediasi adalah langkah 1 dan langkah 3. Ini berarti variabel independen mempengaruhi mediator, dan mediator mempengaruhi variabel dependen, meskipun variabel independen tidak langsung mempengaruhi variabel dependen. Jika langkah 1 dan langkah 3 terpenuhi dan koefisien c tidak signifikan ($c = 0$), maka mediasi adalah perfect, complete, atau full. Namun, jika koefisien c' menurun tetapi tetap signifikan ($c' \neq 0$), maka mediasi adalah partial.



Gambar 3.4 Model Mediasi

Sumber: Hayes (2013)

Terdapat tiga model analisis yang melibatkan variabel mediator, yaitu sebagai berikut:

1. *Perfect, Complete, atau Full Mediation*, yang berarti variabel independen tidak dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan tanpa melalui variabel mediator.
2. *Partial Mediation*, yang berarti variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara langsung dan juga tidak langsung melalui variabel mediator.
3. *Unmediated*, yang berarti variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara langsung tanpa melibatkan variabel mediator.

3.8.5 Pengujian Hipotesis

Uji t merupakan prosedur di mana hasil sampel digunakan untuk menguji kebenaran atau kesalahan dari hipotesis nol (H₀). Keputusan untuk menerima atau menolak H₀ didasarkan pada nilai uji statistik yang dihasilkan dari data. Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikansi dari setiap variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk melakukan uji t, nilai t-hitung dihitung menggunakan rumus berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta}{se(\beta)}$$

Di mana:

- β adalah koefisien regresi dari variabel independen
- $se(\beta)$ adalah standar error dari koefisien regresi.

Nilai t-tabel ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi α , jumlah variabel independen k , dan jumlah sampel n :

$$t_{\text{tabel}} = t \left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \right)$$

Kaidah pengujian adalah sebagai berikut:

- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.8.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*R-squared* atau R^2) adalah sebuah metrik statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi linear mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen (Y) berdasarkan variabel independen (X) yang digunakan dalam model tersebut. Secara lebih spesifik, koefisien determinasi mengukur proporsi dari variasi total dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model. Secara matematis, koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase dan dapat bernilai antara 0 hingga 1. Nilai 0 menunjukkan bahwa model tidak menjelaskan variasi sama sekali, sedangkan nilai 1 menunjukkan bahwa model secara sempurna menjelaskan variasi dari variabel dependen berdasarkan variabel independen yang ada dalam model. Dalam konteks regresi linear, nilai koefisien determinasi biasanya diperoleh dengan menghitung kuadrat dari koefisien korelasi antara variabel dependen dan variabel dependen yang diprediksi oleh model. Koefisien determinasi penting karena memberikan gambaran tentang seberapa baik model regresi cocok dengan data yang diamati.

3.8.7 Uji Sobel

Uji hipotesis mediasi menggunakan metode yang dikembangkan oleh uji Sobel (Sobel test). Uji Sobel dilakukan untuk menguji seberapa kuat pengaruh

tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel mediator (M). Persamaan untuk menghitung nilai Sobel adalah sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2 \cdot sb^2}$$

Keterangan:

Sa = standar error koefisien a

Sb = standar error koefisien b

b = koefisien variabel mediasi

a = koefisien variabel bebas

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, nilai ttt dihitung dari koefisien ababab dengan rumus:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai t ini kemudian dibandingkan dengan nilai t-tabel. Jika nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi. Asumsi dari uji Sobel adalah jumlah sampel yang besar; jika jumlah sampel kecil, uji Sobel mungkin menjadi kurang konservatif dalam penilaiannya (Ghozali, 2016).