BAB 3
METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kota Yogyakarta, karena memiliki pertumbuhan *boutique* hotel yang cukup banyak. Meskipun tidak mendapatkan jumlah keseluruhan bangunan hotel yang menyatakan dirinya sebagai *boutique* hotel, namun kita dapat melihat pada situs online travel agent yang menyediakan informasi mengenai *boutique* hotel. Beberapa boutique hotel yang berada di kota Yogyakarta yaitu Yats Colony, The Journey Hotel, Greenhost Boutique Hotel, Adhisthana Hotel, Gaia Cosmo Hotel, Ayaartta Hotel, H Boutique Hotel, Gallery Prawirotaman Hotel, dan Java Villas Boutique Hotel & Resto.

3.2. Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan deskriptif dan verifikatif. Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel yang diteliti yaitu persepsi keunikan desain, persepsi nilai desain dan minat pemesanan kamar. Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan sebab-akibat antara variabel yang diteliti.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Aliaga & Gunderson (2002), metode kuantitatif merupakan pendekatan riset yang mampu menggambarkan fenomena melalui penggunaan data berbentuk numerik yang dianalisis melalui pendekatan matematika dalam konteks statistik yang spesifik. Riset ini dilaksanakan melalui pendekatan survei dengan penerapan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah ciri atau sifat khusus yang dimiliki oleh individu, objek, atau kegiatan dan memiliki variasi tertentu yang dikenali oleh peneliti dan akan dianalisis lebih lanjut dalam konteks penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam konteks ini, variabel penelitian yang diadopsi dari riset yang dilakukan oleh Baek (2016) disajikan di bawah ini guna memfasilitasi peneliti dalam menetapkan pengumpulan data.

1. Variabel Bebas

   Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah keunikan desain hotel. Keunikan, seperti yang didefinisikan dalam kamus Cambridge, merujuk pada sesuatu yang unik atau tidak biasa, memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari yang lain (Turunen, 2017). Dalam penelitian ini persepsi keunikan terfokus pada desain hotel butik yang ada di Yogyakarta.

2. Variabel Terikat

   Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat pemesanan kamar. Minat pembelian merupakan kecondongan dan antusiasme yang kuat, atau dorongan yang signifikan pada seseorang untuk mengakuisisi sebuah produk. Faktor-faktor yang memainkan peran dalam mempengaruhi minat ini bersumber baik dari aspek internal individu maupun eksternal, tergantung pada konteks di mana individu berada (Mulyadi dan Hasiholan, 2015). Dalam penelitian ini minat beli diadaptasi dalam konteks perhotelan yang mengkaji terkait minat pemesanan kamar pada hotel butik yang ada di Yogyakarta.

3. Variabel Mediator/Intervening

   Pada penelitian ini yang menjadi variabel mediator adalah nilai terkait desain yang terdiri dari dimensi estetika, fungsional, dan sosial. Nilai didefinisikan secara luas sebagai *trade-off* antara harga dan kualitas, dengan konsep nilai uang (Sweeney & Soutar, 2001). Dalam penelitian ini, nilai difokuskan pada desain hotel yang diukur melalui tiga dimensi yaitu estetika, fungsional, dan sosial.

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
Keunikan Desain		Desain berbeda dari tipe hotel lainnya	Baek (2016)	Ordinal 1-4
		Desain yang unik		
		Keistimewaan desain		
		Desain yang menonjol dari tipe hotel lainnya		
		Menawarkan suasana yang berbeda dari tipe hotel lainnya	Kumar & Noble (2015) & Homburg et al. (2015)	
Nilai Desain	Estetika	Memberikan kesenangan		
		Penampilan eksterior yang menarik		
		Estetika hotel		
		Penampilan interior yang artistik		
	Fungsional	Kualitas Tinggi		
		Menggambarkan kenyamanan		
		Dapat diandalkan		
		Fungsional Tinggi		
	Sosial	Meningkatkan pengakuan sosial		
		Membangun citra positif		
		Membedakan diri dari orang lain		
		Meningkatkan reputasi diri *(perstige)*		
		Membangun kesan baik		
Minat Pemesanan Kamar		Berkeinginan untuk memesan kamar di hotel tersebut	Lien et al. (2015) & Chiang (2007)	
		Mempertimbangkan hotel tersebut saat akan memesan kamar		
		Memilih untuk memesan kamar di hotel tersebut		
		Berencana untuk memesan kamar di hotel tersebut		

Sumber: diolah peneliti (2023)

3.4. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam rangka pengumpulan dan analisis data penelitian ini, langkah awal melibatkan penentuan populasi yang menjadi fokus kajian. Populasi merujuk pada kumpulan seluruh unsur yang berbentuk peristiwa, objek, atau individu dengan karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian, sehingga dianggap sebagai keseluruhan yang menjadi lingkup penelitian (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian yang sedang dilaksanakan, populasi yang dituju adalah individu yang berencana melaksanakan atau merencanakan aktivitas berlibur, perjalanan bisnis, dan situasi serupa di Kota Yogyakarta dalam jangka waktu mendekati, segera setelah mereka menjawab kuesioner yang diberikan.

2. Sampel

Sampel merujuk pada bagian yang lebih kecil dari populasi, terdiri dari sejumlah anggota populasi. Subset ini dipilih karena dalam banyak kasus, tidak mungkin untuk menyelidiki seluruh anggota populasi, oleh karena itu, dibentuklah representasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Berdasarkan definisi tersebut, dalam penelitian ini digunakan metode *purposive sampling* untuk memilih sampel, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, di mana peneliti memilih sampel yang dianggap paling tahu atau mampu memberikan data yang lengkap (Sugiyono, 2017). Kriteria yang diambil yaitu individu yang memiliki rencana perjalanan dan niat tinggal sementara di Boutique hotel di Kota Yogyakarta, karena mereka termasuk dalam kelompok yang paling mungkin memesan akomodasi hotel untuk tinggal. Mengingat populasi dalam penelitian ini sangat besar dan berjumlah banyak, ditambah dengan kendala waktu dan anggaran yang dimiliki oleh peneliti, untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus (Purba, 2006) sebagaimana dijelaskan dalam (Kharis, 2011) berikut ini.

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

Z : 1,96 score pada tingkat signifikasi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe : margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus tersebut maka diperoleh perhitungan sebagai berikut

$$n = \frac{1{,}96^2}{4(10)^2}$$

$$n = 96{,}04\ atau\ dibulatkan\ menjadi\ 97$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini minimal adalah 97 responden. Akan tetapi, penulis memutuskan untuk mengambil 102 responden dalam penelitian ini supaya data yang didapatkan semakin valid.

3.5. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua kelompok berdasarkan asalnya, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut adalah penjelasan mengenai kedua sumber data tersebut.

1. Data primer

   Data primer merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung berupa data dari kuesioner yang disebar menggunakan fitur google form melalui Instagram, Line, WhatsApp dan Twitter. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini mencakup keunikan terhadap nilai terkait desain dan keunikan terhadap minat pemesanan kamar

2. Data sekunder

   Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data ini diperoleh dari penelitian terdahulu, jurnal atau artikel mengenai persepsi keunikan desain, persepsi nilai desain dan minat pemesanan kamar.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari penggunaan teknik pengumpulan data adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan, tepat, dan dapat diandalkan dalam konteks penelitian ini. Berikut adalah uraian tentang metode yang diterapkan oleh peneliti dalam upaya mengumpulkan data penelitian.

1. Studi Kepustakaan

   Studi kepustakaan dilaksanakan dengan menganalisis beragam studi sebelumnya, yang termasuk dalam berbagai format seperti buku, artikel jurnal, skripsi, tesis, dan sumber-sumber dari internet, yang relevan dengan isu yang dibahas dalam penelitian ini.

2. Observasi

   Observasi dilaksanakan untuk menganalisis fenomena yang terjadi di lapangan. Data dikumpulkan oleh peneliti melalui kunjungan ke situs OTA (Online Travel Agent) seperti tripadvisor, platform media sosial, atau laman resmi hotel yang sedang diteliti.

3. Kuesioner

   Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penyediaan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diisi. Dalam konteks penelitian ini, responden yang dituju adalah individu yang berencana melakukan perjalanan ke Kota Yogyakarta dalam waktu dekat.

3.7. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang diterapkan dirancang berdasarkan adaptasi indikator-indikator dari berbagai penelitian sebelumnya. Indikator-indikator ini diubah menjadi bentuk pertanyaan atau pernyataan, yang kemudian disusun dalam sebuah kuesioner. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disiapkan melalui platform Google Form dan disebarkan melalui media sosial.

Kuesioner ini terdiri dari dua bagian. Pertama, berisi pertanyaan-pertanyaan untuk menggali karakteristik pribadi responden, seperti usia, jenis kelamin,

tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Kedua, responden akan melihat empat set gambar ruangan yang mewakili empat boutique hotel berbeda di Kota Yogyakarta. Untuk mempermudah pengisian kuesioner ini, digunakan skala Likert. Skala Likert merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, atau persepsi individu atau kelompok terhadap pertanyaan mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Skala Likert yang diterapkan dalam penelitian ini adalah skala 1 hingga 4, dengan interpretasi nilai sebagai berikut: (1) sangat tidak setuju - (4) sangat setuju.

3.8. Uji Kualitas Instrumen

Dalam menguji kualitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji validitas

   Validitas merupakan ukuran yang digunakan untuk menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Jenis yang digunakan adalah validitas konstruk (construct validity) yang bertujuan untuk menguji seberapa jauh butir-butir pernyataan dalam instrumen mampu mengukur mengenai variabel yang hendak diukur (Sekaran, 2011).

   Pengujian menggunakan teknik korelasi product moment yang menguji antara skor ordinal setiap indikator dengan skor ordinal keseluruhan indikator (skor total). Pengujian menggunakan uji 2-tailed dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5% memiliki kriteria pengujian sebagai berikut:

   - Jika r hitung ≥ r tabel (uji 2-tailed dengan sig. 0,05) maka instrumen atau butir-butir pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.

   - Jika r hitung < r tabel (uji 2-tailed dengan sig. 0,05) maka instrumen atau butir-butir pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

   Hasil dari uji validitas instrumen menggunakan software IBM.SPSS Statistic 26 for Windows.

Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Keunikan Desain

No	Butir Pernyataan	R-Tabel	R-Hitung	Keterangan
1	Desain berbeda dari tipe hotel lainnya	0.279	**0.733**	**Valid**
2	Desain yang unik	0.279	**0.760**	**Valid**
3	Keistimewaan desain	0.279	**0.811**	**Valid**
4	Desain yang menonjol dari tipe hotel lainnya	0.279	**0.783**	**Valid**
5	Menawarkan suasana yang berbeda dari tipe hotel lainnya	0.279	**0.749**	**Valid**

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Hasil ini menunjukkan bahwa kelima indikator yang digunakan untuk mengukur keunikan desain mendapatkan nilai R-hitung yang lebih besar dari nilai R-tabel yang telah ditentukan (0.279). Selanjutnya, terdapat hasil uji validitas untuk variabel nilai desain sebagai berikut.

Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Nilai Desain

No	Butir Pernyataan	R-Tabel	R-Hitung	Keterangan
Persepsi Nilai Desain (Dimensi Estetika)				
1	Memberikan kesenangan	0.279	0.853	**Valid**
2	Penampilan eksterior yang menarik	0.279	0.867	**Valid**
3	Estetika hotel	0.279	0.880	**Valid**
4	Penampilan interior yang artistik	0.279	0.912	**Valid**
Persepsi Nilai Desain (Dimensi Fungsional)				
5	Kualitas Tinggi	0.279	0.897	**Valid**
6	Menggambarkan kenyamanan	0.279	0.863	**Valid**
7	Dapat diandalkan	0.279	0.871	**Valid**
8	Fungsional Tinggi	0.279	0.851	**Valid**
Persepsi Nilai Desain (Dimensi Sosial)				
9	Meningkatkan pengakuan sosial	0.279	0.860	**Valid**

No	Butir Pernyataan	R-Tabel	R-Hitung	Keterangan
10	Membangun citra positif	0.279	0.877	**Valid**
11	Membedakan diri dari orang lain	0.279	0.901	**Valid**
12	Meningkatkan reputasi diri *(perstige)*	0.279	0.860	**Valid**
13	Membangun kesan baik	0.279	0.647	**Valid**

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Hasil ini menunjukkan bahwa 13 indikator dari ketiga dimensi (estetika, fungsional, dan sosial) yang digunakan untuk mengukur nilai desain mendapatkan nilai R-hitung yang lebih besar dari nilai R-tabel yang telah ditentukan (0.279). Selanjutnya, terdapat hasil uji validitas untuk variabel minat pemesanan kamar sebagai berikut.

Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Minat Pemesanan Kamar

No	Butir Pernyataan	R-Tabel	R-Hitung	Keterangan
1	Berkeinginan untuk memesan kamar di hotel tersebut	0.279	**0.827**	**Valid**
2	Mempertimbangkan hotel tersebut saat akan memesan kamar	0.279	**0.805**	**Valid**
3	Memilih untuk memesan kamar di hotel tersebut	0.279	**0.840**	**Valid**
4	Berencana untuk memesan kamar di hotel tersebut	0.279	**0.893**	**Valid**

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Hasil ini menunjukkan bahwa keempat indikator yang digunakan untuk mengukur minat pemesanan kamar mendapatkan nilai R-hitung yang lebih besar dari nilai R-tabel yang telah ditentukan (0.279). Berdasarkan keseluruhan uji validitas, tiap indikator pada penelitian ini telah dianggap memenuhi persyaratan sebagai indikator yang valid dalam mengukur tiap variabel penelitian.

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya sebagai alat mampu mengungkap informasi yang

sebenarnya di lapangan dan tetap konsisten walaupun dilakukan pengukuran ulang. Uji realibilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha dengan ketentuan suatu variabel dikatakan reliabel bila koefisien realibilitasnya > 0,60 (Ghazali, 2016). Maka dasar pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka instrumen yang diuji dinyatakan reliabel.
- Jika nilai Cronbach Alpha < 0,60 maka instrumen yang diuji dinyatakan tidak reliabel.

Uji reliabilitas instrumen ini menggukanan software IBM SPSS Statistic 26 for windows.

Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	*Co* Minimal	*Co* Hitung	Keterangan
1	Keunikan Desain	0.60	0.848	**Reliabel**
2	Nilai Desain	0.60	0.924	**Reliabel**
3	Minat Pemesanan Kamar	0.60	0.860	**Reliabel**

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Hasil di atas menunjukkan bahwa tiap variabel memiliki nilai *Co*-hitung yang lebih besar jika dibandingkan dengan *Co*-tabel yang telah ditentukan (0.60). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa tiap variabel dalam penelitian ini reliabel dan dapat diandalkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

3.9. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasi data meliputi analisis statistik deskriptif dan analisis verifikatif dengan menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*). Penggunaan analisis deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan hasil dari tanggapan responden terkait dengan variabel yang diteliti dalam studi ini. Sementara, penggunaan analisis jalur ditujukan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang kompleks. Selain itu, digunakannya analisis jalur ini dengan tujuan untuk membedakan efek langsung dan tidak langsung dari satu variabel ke variabel lain.

Dengan demikian, hasil temuan ini dapat menjelaskan mekanisme atau jalur yang mungkin mempengaruhi hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Berikut ini adalah penjelasan tentang setiap metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

3.9.1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, digunakan analisis data deskriptif untuk memberikan gambaran tentang variabel persepsi keunikan desain, persepsi nilai desain, dan minat pemesanan kamar. Dalam pendekatan analisis deskriptif, nilai-nilai tersebut dijelaskan melalui nilai rata-rata (mean) tiap pernyataan. Langkah selanjutnya melibatkan penafsiran data ini dengan mengacu pada kategori-kategori yang disusun berdasarkan rata-rata respons dari responden, mengikuti prinsip-prinsip yang diajukan oleh Narimawati (2008).

Tabel 3.6. Pedoman Interpretasi Kategori Skor Tanggapan Responden

No	Kelas	Kategori
1	1.00 – 1.75	Sangat Rendah
2	1.76 – 2.50	Rendah
3	2.51 – 3.25	Tinggi
4	3.26 – 4.00	Sangat Tinggi

Sumber: Narimawati (2008)

Data dari sebaran kuesioner selanjutnya diolah dan dideskripsikan, dalam mendeskripsikan hasil olahan digunakan sebuah parameter berupa garis kontinum untuk melihat kategori tanggapan responden berdasarkan skala pengukuran yang telah digunakan. Rerata total skor dari sebuah dimensi atau variabel akan dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Nilai Maksimum : 4

Nilai Mininum : 1

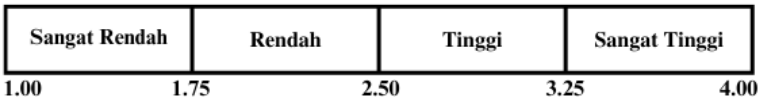
Jarak interval : $\frac{Nilai\ Tertinggi - Nilai\ Terendah}{Jumlah\ Kriteria\ Pernyataan}$

: $\frac{4-1}{4}$

: 0.75

Berdasarkan perhitungan tersebut, selanjutnya nilai mean yang didapatkan dari hasil uji menggunakan SPSS akan divisualisasikan ke dalam garis kontinum yang

dapat membantu menginterpretasikan data dalam kategori penilaian. Berikut merupakan bentuk garis kontinum yang akan digunakan pada penelitian ini untuk memvisualisasikan hasil uji deskriptif penelitian.



Gambar 3.1. Garis Kontinum Penelitian
Sumber: Sugiyono (2019)

3.9.2. Analisis Verifikatif

Analisis data verifikatif dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak dari variabel yang digunakan yaitu keunikan desain (X), nilai desain (Z), dan minat pemesanan kamar (Y).

a. Uji Prasyarat

Tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk memverifikasi validitas parameter-parameter yang diestimasi oleh model yang diterapkan dalam riset. Dalam kerangka penelitian ini, uji asumsi klasik dilakukan melalui pengujian normalitas dan multikolinieritas.

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilaksanakan untuk menilai apakah pola distribusi model regresi mengikuti distribusi yang bersifat normal atau tidak. Dalam konteks penelitian ini, normalitas diuji dengan menerapkan metode statistik Kolmogorov-Smirnov. Proses pengambilan keputusan dilaksanakan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

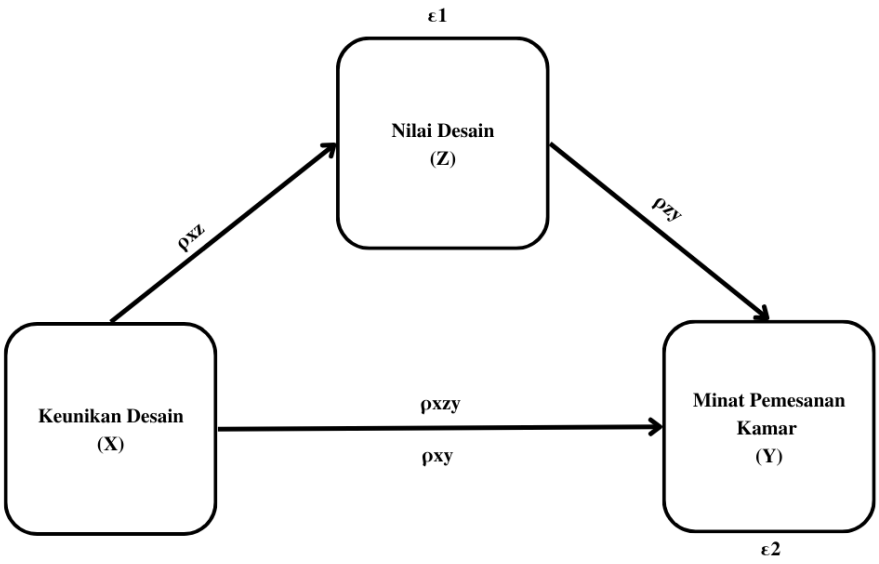
a) Jika nilai sig. (*p-value*) > 0,05 maka dapat dinyatakan data berdistribusi normal.
b) Jika nilai sig. (*p-value*) < 0,05 maka dapat dinyatakan data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimanfaatkan untuk menilai apakah terdapat hubungan erat antara variabel independen dalam model regresi, dengan memeriksa nilai Tolerance dan VIF dari masing-masing variabel independen. Bila nilai Tolerance melebihi 0.10 dan nilai VIF berada di bawah 10, maka dapat disarankan bahwa data tidak menghadapi permasalahan multikolinieritas.

b. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Uji analisis jalur dilakukan dalam menguji pengaruh antar variabel yang telah dituangkan pada hipotesis secara langsung dan tidak langsung. Analisis jalur merupakan perluasan teknik dari analisis regresi berganda, atau dengan kata lain analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi dalam mengukur hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghazali, 2016). Analisis jalur dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Untuk menggambarkan secara eksplisit hubungan sebab akibat antar variabel digunakan diagram jalur. Berikut adalah diagram jalur pada penelitian ini:



Gambar 3.2. Model Persamaan Jalur
Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Dalam rangkaian penelitian ini, dilakukan pengelolaan data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Uji t Parsial

Uji t Parsial digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel dengan tingkat kesalahan 0,05, menggunakan kriteria berikut:

a) Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probability < α 5% atau 0,05.
b) Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan nilai probability ≥ α 5% atau 0,05.

2) Uji F Simultan

Uji statistik F dimanfaatkan untuk menilai apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki dampak yang bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam analisis ini, nilai f-hitung diuji dengan membandingkannya dengan nilai f-tabel pada tingkat signifikansi a = 0.05. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan, dapat diambil kesimpulan:

a) Jika nilai f-hitung lebih besar dari nilai f-tabel, maka hipotesis nol (Ho) akan ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) akan diterima. Ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel bebas X dan variabel intervening Z memiliki pengaruh terhadap variabel terikat Y.
b) Jika nilai f-hitung lebih kecil daripada nilai f-tabel, maka hipotesis nol (Ho) akan diterima dan hipotesis alternatif (Ha) (yang menyatakan bahwa keseluruhan variabel bebas X dan variabel intervening Z tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y) akan ditolak.

3) Uji *R-Square*

Ghazali (2016) menjelaskan bahwa koefisien korelasi (R) memiliki peran dalam mengukur hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Di sisi lain, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan

variasi dalam variabel dependen. Rentang nilai koefisien korelasi adalah dari 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai koefisien, atau semakin mendekati 1, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen akan menjadi lebih kuat. Koefisien determinasi (R^2) juga memiliki kisaran nilai dari 0 hingga 1. Semakin mendekati nilai 1, maka kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen akan semakin baik. Berikut adalah interpretasi dari nilai koefisien R^2 yang dapat dijabarkan melalui tabel di bawah ini.

Tabel 3.7. Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Cukup Tinggi
0,60 – 0,79	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2019)

4) Uji Sobel

Uji Sobel digunakan untuk assess kekuatan pengaruh tidak langsung dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui mediator variabel (Z). Proses Uji Sobel melibatkan mengalikan a, yaitu koefisien jalur antara X-Z, dengan b, yaitu koefisien jalur antara Z-Y. Selanjutnya, t-hitung hasilnya dibandingkan dengan nilai yang ada di tabel distribusi t. Jika thitung melebihi nilai t-tabel, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada dampak dari variabel mediasi.