

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain dan Lokasi Penelitian

3.1.1 Desain Penelitian

Riset ini tentang Peran Moderasi CRM (*Customer Relationship Management*) Pada Pengaruh WOM (*Word Of Mouth*), Kualitas layanan Dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di SMP IT AI Ibrah Gresik menggunakan pendekatan kuantitatif.

Sugiyono (2013) mendefinisikan metode kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan melakukan analisis data dengan menggunakan prosedur statistik, sedangkan tujuan dari penelitian ini merupakan penelitian kausalitas yang memiliki tujuan untuk meneliti hubungan antar variabel - variabel yang ingin diteliti. Dijelaskan Sugiyono (2015) metode kuantitatif cocok digunakan untuk penelitian pada populasi yang luas, permasalahan sudah jelas, teramati, terukur, dan peneliti bermaksud menguji hipotesis sedangkan metode penelitian kualitatif cocok digunakan terutama bila permasalahan masih remang-remang bahkan gelap, peneliti bermaksud ingin memahami seeara mendalam suatu situasi sosial yang kompleks, penuh makna.

Disampaikan Hasan (2013) menjelaskan bahwa penelitian kausalitas adalah bentuk analisis variabel (data) penelitian untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel-variabel yang ingin diteliti, bentuk atau arah hubungan diantara variabel-variabel yang diteliti, dan besar pengaruh variabel yang satu terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini hubungan antar variabel bersifat kausal.

3.1.2 Jenis Penelitian

jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Adapun dalam penelitian ini variabel meliputi *Word of Mouth*, Kualitas layanan dan lokasi melalui moderasi *Customer Relationship Management*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuesioner. Penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang bermaksud untuk memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel

melalui pengujian hipotesis sekaligus melakukan eksplanasi. Sehingga dalam penelitian ini metode eksplanatori digunakan untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel-variabel meliputi *Word of Mouth*, Kualitas layanan dan lokasi melalui moderasi *Customer Relationship Management*.

3.1.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada SD IT AI Ibrah dan SMP IT AI Ibrah , JI. Brotonegoro Gresik, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Telepon : 031-395 5087 Fax : 031-398 0038, 3982272 Email : humasalibrah@gmail.com. lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti bahwa sekolah tersebut berupaya mengkaji dan ingin meningkatkan tingkat keputusan pembelian di kalangan internal.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2015) Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pendapat lain dari Sekaran & Bougie (2016) menjelaskan populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal yang menarik yang ingin peneliti selidiki. ini adalah sekelompok orang, peristiwa, atau hal-hal yang menarik yang peneliti ingin membuat kesimpulan (berdasarkan statistik sampel). Populasi dalam penelitian ini adalah wali murid SD IT AI Ibrah kelas 6 dan wali murid SMPIT AI Ibrah kelas 7 (AI Ibrah, 2022).

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015), sampel adalah bagian dari keseluruhan populasi beserta karakteristiknya. Jika populasinya besar, peneliti mungkin tidak dapat mempelajari semua popuasi, mis. B. karena keterbatasan sumber daya, tenaga dan waktu. jadi peneliti mengambil sampel dari populasi. Material yang digunakan harus benar-benar bisa membuktikan dirinya. Sekaran & Bougie (2016) menjelaskan bahwa Sampel merupakan bagian dari populasi. ini terdiri

dari beberapa anggota yang dipilih olehnya. Dengan kata lain, beberapa tapi tidak semua anggota populasi menjadi sampel. Oleh karena itu subkelompok atau kumpulan bagian dari populasi. Melalui Peneliti I, peneliti harus dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan pada populasi yang diinginkan..

lebih jelasnya Sekaran & Bougie (2016) menjelaskan purposive sampling, yaitu pengambilan sampel terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena hanya mereka yang memilikinya atau karena memenuhi beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti berikut. Dua jenis utama purposive sampling adalah estimasi sampling dan kuota sampling. Kriteria yang ditentukan dalam contoh adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya wali murid yang bersedia mengisi kuesioner yang diberikan peneliti adalah 130 wali
2. Banyaknya wali murid di sekolah tersebut yang masih aktif di kelas 6 dan kelas 7 adalah 130 wali berdasarkan dari Sampling diatas,

3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian dapat diartikan sebagai atribut yang tersusun dari suatu objek atau orang dengan karakteristik variasi antar individu (Sugiyono, 2015). Berikut adalah variabel dan indikator proposisional yang dipakai penelitian ini, yaitu variabel bebas, variabel terikat, variabel moderasi dan definisi serta penjelasan dari indikator proposisional.

3.3.1 Variabel X (Eksogenous)

Variabel eksogen: Variabel yang memberikan pengaruh pada hubungan sebab-akibat antara dua variabel dalam beberapa cara, dan perlu dikendalikan Pendapat Sekaran & Bougie (2016). Variabel eksogen (Exogenous) adalah variabel independent yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya di dalam model. Simbol untuk variabel indikator / manifest : X dan Simbol untuk variabel latent (Xi).

Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa variabel bebas disebut variabel stimulus, prediktor, anteseden. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai

variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel dependen (terkait) berubah atau muncul. Dengan kata lain, varian dari variabel independen diperhitungkan dalam variabel dependen. Variabel ini disebut variabel bebas (X). Variabel bebas (X) penelitian ini adalah WOM (Word of Mouth), kualitas pelayanan dan lokasi

1. *Word Of Mouth (WOM)*

WOM adalah salah cara komunikasi yang sering digunakan oleh banyak perusahaan, karena komunikasi ini dianggap sebagai penyederhanaan proses pemasaran yang sangat efektif dan mampu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Aktivitas marketing dari mulut ke mulut juga dapat disebut sebagai pemasaran dari mulut ke mulut, yaitu kegiatan pemasaran perantara pribadi, dan lisan, tertulis dan menggunakan sarana komunikasi elektronik, terkait dengan pengalaman membeli layanan atau pengalaman dengan. penggunaan produk atau layanan (Kotler, 2010).

Tabel 3.1 Indikator WOM

Variabel	Indikator	Pernyataan
WOM (X1) (Kotler, 2010)	1. Kesiediaan konsumen untuk berbicara dengan orang lain tentang hal-hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk 2. Merekomendasikan layanan dan produk Perusahaan kepada pihak lain 3. Mendorong teman atau kerabat untuk membeli produk dan layanan Perusahaan	1. Produk/jasa harus dapat menawarkan pengalaman baru, orisinal, eksklusif, mengejutkan, menarik, simbolis dan memuaskan 2. Produk/jasa dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan esensial

Sumber : (Kotler, 2010)

2. Kualitas layanan

Adapun keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggannya meliputi lima dimensi pelayanan yaitu: (lupiyadi, 2021)

Tabel 3.2 Indikator Kualitas layanan

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kualitas layanan (X2) (lupiyadi, 2021)	Keberwujudan (<i>Tangible Quality</i>)	menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	layanan seperti yang dijanjikan akurat dan dapat diandalkan
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	membantu dan memberikan pelayanan yang cepat
	Keterpercayaan (<i>Assurance of Integrity</i>)	pengetahuan, kesopanan, dan keterampilan karyawan perusahaan
	Empati (<i>Empathy</i>)	memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual

Sumber : (lupiyadi, 2021)

lokasi menurut Gugun (2015:16) yaitu sebagai tempat di mana kegiatan sehari-hari atau bisnis dilakukan. Indikator variabel posisi adalah sebagai berikut:1) terjangkau 2) kemampuan bahasa 3) kedekatan dengan rumah. Indikator lokasi menurut Kuswatiningsih (2016:15) sebagai berikut:

Tabel 3.3 Indikator lokasi

Variabel	Indikator	Pernyataan
Iokasi (X 3) Kuswatiningsih, (2016:15)	Akses	Tempat-tempat yang sering dilewati atau mudah dijangkau dengan transportasi
	Visibilitas	Tempat atau lokasi yang mudah terlihat dari perspektif normal

Variabel	Indikator	Pernyataan
Iokasi (X 3) Kuswatiningsih, (2016:15)	lalu lintas (traffic)	Banyaknya orang yang lalu-lalang
	Tempat parkir	luas, nyaman dan aman untuk roda dua dan empat
	Ekspansi	tersedianya ruang yang cukup luas, dalam hal terjadi perluasan
	lingkuang	daerah sekitar yang mendukung
	Persaingan (lokasi pesaing)	sekolah sejenis di lingkuang setempat
	Peraturan pemerintah	Apakah sesuai dengan perencanaan wilayah dan kota setempat

Sumber: (Kuswatiningsih 2016 : 15)

3.3.2 Terikat Y(Endogenous)

Merupakan kebalikan Exogenous, variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam model, variabel yang memiliki panah menunjuk ke arah mereka, disebut variabel endogen (Keith, 2019). Variabel endogen (endogenous) adalah variabel dependent yang dipengaruhi paling sedikit satu variabel eksogen. Variabel endogen ditunjukkan oleh setidaknya satu panah yang menunjuk ke variabel tersebut. Ikon Variabel Indikator/Daftar:Simbol untuk Y dan variabel laten (keciI).

Variabel dependen yaitu variabel perhatian utama peneliti. Bertujuan untuk menjelaskan variabel dependen, atau untuk menjelaskan variasinya, atau untuk memprediksinya Sekaran & Bougie (2016). Variabel Dependen adalah variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015). Menjelaskan kembali

Sekaran & Bougie (2016) Melalui analisis variable dependen (yaitu, menemukan variabel apa yang mempengaruhinya), dimungkinkan untuk menemukan jawaban atau solusi dari masalah tersebut. Dalam Smart PLS variabel ini disebut variabel Dependen. Variabel Dependen penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:2014), ada 4 macam keputusan pembelian berdasarkan tingkat keterlibatan konsumen dan diferensiasi merk adalah sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian yang kompleks
2. Perilaku membeli yang mengurangi disonansi
3. Perilaku membeli karena kebiasaan (*habitual buying behavior*)
4. Perilaku pembelian yang mencari variasi (*Purchasing behavior that seeks variety*)

Ada tiga indikator dalam menentukan keputusan pembelian (Kotler, 2012), yaitu :

Tabel 3.4 Tabel Indikator lokasi

Variabel	Indikator	Pernyataan
Keputusan Pembelian (Y) (kotler, 2012)	Kemantapan	berdasarkan kualitas, kualitas dan faktor lainnya, membawa stabilitas bagi konsumen
	Kebiasaan	merasa bahwa produk tersebut tetap ada di benak mereka dan bahkan merasakan manfaat dari produk tersebut
	Kecepatan	sebuah proses di mana seseorang dengan cepat membuat keputusan

Sumber: (kotler, 2012)

3.3.3 Variabel Moderasi (Z)

Variabel moderasi (atau variabel perantara) adalah variabel yang ada antara waktu ketika variabel independen mulai bertindak untuk mempengaruhi

variabel dependen dan saat pengaruhnya dirasakan terhadapnya. Komunikasi variabel dengan demikian memiliki kualitas temporal atau dimensi temporal. Dengan kata lain, menyertakan variabel proksi membantu Anda memodelkan proses (Sekaran & Bougie, 2016:79).

Istilah moderasi terkadang dikacaukan dengan istilah moderasi. Moderasi menggambarkan proses dimana satu variabel memiliki efek tidak langsung pada variabel lain melalui variabel moderasi lainnya (Keith, 2019). variabel moderasi menarik karena membantu menjelaskan bagaimana suatu efek terjadi, tetapi variabel tersebut tidak diperlukan agar model menjadi valid (Keith, 2019). Dalam Smart PLS variabel ini disebut variabel Moderasi. Variabel Moderasi penelitian ini adalah CRM (*Customer Relationship Management*)

CRM (*Customer Relationship management*) Z

Menciptakan hubungan pelanggan yang baik adalah kunci keberhasilan perusahaan. Ada 4 indikator yang perlu diperhatikan, yaitu (1) nilai konsumen, (2) kepuasan konsumen, (3) kepercayaan konsumen, dan (4) loyalitas konsumen. (Sangadji & Sopiah, 2013)

Tabel 3.5 Tabel Indikator CRM

Variabel	Indikator	Pernyataan
CRM (Z) (Sangadji & Sopiah, 2013)	nilai konsumen	perbandingan antara manfaat/keuntungan
	kepuasan konsumen	persepsi konsumen tentang kinerja produk yang riil
	kepercayaan konsumen	sikap teguh konsumen pada pendiriannya
	loyalitas pelanggan	mempertahankan konsumen dengan kuat

Sumber: (Sangadji & Sopiah, 2013: 32)

3.4 Teknik Pengumpulan

Data Metode pengumpulan data meliputi WOM, Kualitas layanan dan lokasi. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang

diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan tanya jawab. Alat pengumpul data melalui bentuk digital. Dalam penyusunan tesis ini penulis mengambil objek penelitian pada SD IT AI Ibrah dan SMP IT AI Ibrah , Jl. Brotonegoro Gresik, Provinsi Jawa Timur menggunakan 4 cara berikut merupakan uraian yang digunakan

Cara memperoleh data untuk mempelajari sikap, perilaku, dan karakteristik beberapa pengguna metode. Kuesioner adalah cara memperoleh data di mana responden diminta serangkaian pertanyaan atau pertanyaan tertulis. Kuesioner dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu. Angket yang disiapkan oleh peneliti dengan alternatif jawaban sedemikian rupa sehingga responden terbaik memilih alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang tersedia. Kuesioner ini dibagikan kepada orang tua siswa kelas 6 dan 7 di AI Ibrah School.

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data utama penelitian ini meliputi informasi tentang penyebaran kuesioner kepada responden, dimana respondennya adalah siswa kelas 6 dan 7 AI Ibrah School.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah bahan yang didapat secara tidak langsung melalui perantara peneliti. Secara umum, data sekunder adalah bukti rekaman atau catatan sejarah yang telah tertata dengan baik dalam arsip yang diterbitkan dan tidak dipublikasikan. Sumber informasi penelitian ini adalah dari pimpinan Sekolah AI Ibrah dan informasi pendukung lainnya.

3.6 Metode Analisis Data

Pada tahapan ini data yang sudah dikumpulkan di-manage untuk diolah dalam rangka menjawab rumusan masalah. Manajemen dan proses pengolahan data inilah yang disebut analisis data. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode analisis data ini merupakan metode yang menggunakan observasi untuk menjawab pertanyaan seperti “apa”, “mengapa”

atau “bagaimana”. Data yang dianalisis dengan metode ini berupa teks atau cerita. Selain itu, semua informasi tunduk pada klasifikasi berdasarkan kebutuhan menggunakan proses pengkodean. Langkah terakhir dari metode ini adalah interpretasi data. Proses interpretasi informasi sebenarnya dilakukan bersamaan dengan encoding. Pekerjaan interpretasi dilakukan bersamaan dengan klasifikasi data. Tahap interpretasi adalah analisis data untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.. Lima ciri utama penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut.

1. Lingkungan alam menjadi informasi dan peneliti merupakan alat kunci. Mengupayakan observasi langsung di lapangan, karena dalam penelitian kuantitatif, informasi berupa catatan saja tidak cukup.
2. Penelitian kuantitatif deskriptif. Dalam penelitian kuantitatif, pelaporan melalui kuesioner sangat penting karena semua interpretasi dan kesimpulan tercermin dalam skala.
3. Utamakan proses, bukan tekanan. Bentuk atau jenis hasil ujian sangat ditentukan oleh proses ujian
4. Analisis data biasanya bersifat induktif. Dalam penelitian kuantitatif, peneliti mengkonstruksi konsep dengan lebih jelas di tengah-tengah kegiatan penelitian setelah mengumpulkan berbagai fenomena dan menelaah bagian-bagiannya.
5. "Sense" untuk pendekatan kuantitatif. Peneliti kuantitatif merasa perlu untuk secara akurat menangkap perspektif subjek penelitian mereka dan memantau secara dekat informasi yang diberikan oleh informan.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Karena sifatnya, penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Metode ini adalah kombinasi dari deskripsi, analisis mendalam didukung literatur terkemuka. Langkah kerja metode ini yaitu mendeskripsikan, menganalisis unsur-unsur sumber daya manusia guna mendorong program transformasi perusahaan, kemudian dilanjutkan dengan menganalisis

Analisis deskriptif adalah analisis statistik untuk menganalisis data melalui deskripsi atau gambaran data yang terkumpul (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan berbagai karakteristik data, seperti

mean (rata-rata), standar deviasi (standar deviasi), varians (varians), nilai minimum (minimum), dan nilai maksimum (maksimum) dari masing-masing variabel.

3.6.2 Pengukuran Variabel Penelitian

Ukuran variabel penelitian ini diukur dengan memberikan skor yang diberikan dalam skala 1-5, atau skala yang akan diukur dalam penelitian ini adalah skala likert, pengukuran skala ini digunakan untuk menilai sikap seorang individu . mengacu pada pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena yang terjadi di sekitarnya. Suatu variabel yang diukur dengan skala likert dapat diterjemahkan menjadi seperangkat indikator variabel, dimana indikator tersebut memuat beban evaluasi (Sugiyono, 2015). Penilaian dalam survey ini terdiri dari 5 kategori respon sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) : skor 5
2. Setuju (S) : skor 4
3. Cukup Setuju (CS) : skor 3
4. Tidak Setuju (TS) : skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1

3.7 Analisis Data

Dalam analisis data, tujuannya membagi komponen-komponen kecil untuk mengetahui komponen yang dominan, membandingkan komponen satu sama lain dan membandingkan apa saja satu atau lebih komponen dengan keseluruhan. Rumusan masalah dijawab atau hipotesis yang dirumuskan diuji dengan menggunakan teknik analisis data. Pada penelitian ini digunakan perangkat lunak Smart PLS3 dalam pengeloaan data yang meliputi kekurangan yang diamati pada metode regresi.

Para ahli dalam SEM dapat menggunakan pendekatan partial least square (PLS). Partial Least Square merupakan cara efektif yang tidak bergantung pada banyak asumsi dalam metode ini. Pendekatan partial least squares (PLS) bersifat nonparametrik (tidak memerlukan informasi khusus, dapat berupa kata benda,

kategori, urutan, interval, dan rasio). Bagian I Eastern Square (PLS) menggunakan bootstrap atau perkalian acak, dengan asumsi normalitas untuk PLS (Bagian I Eastern Square) tidak menjadi masalah. Selain itu, PLS (Partial Eastern Square) tanpa ada jumlah minimal sampel dalam suatu penelitian, namun penelitian dengan ukuran sampel yang kecil tetap dapat menggunakan PLS (Partial Eastern Square).

1. Untuk memperoleh ketiga estimasi tersebut, PLS (*Partial Least Square*) menggunakan iterasi 3 tahap dalam setiap tahapnya menghasilkan perkiraan sebagai berikut :
 - a. Menghasilkan *Weight Estimate*.
 - b. Menghasilkan estimasi untuk *Inner Model* dan *Outer Model*
2. Pembuatan estimasi rata-rata (standar) dalam metode PLS (Partial Eastern Square), teknik analisis berikut dilakukan :

3.7.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang memberikan gambaran tentang objek penelitian dengan menggunakan data sampel atau populasi begitu saja, tanpa membuat analisis dan kesimpulan yang menjadi perhatian publik (Sugiyono, 2015).

3.7.2 Uji Model Pengukuran atau Outer Model

Mode pengukuran atau mode eksternal menghasilkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel aktifnya. Penilaian ruang pengukuran menggunakan analisis faktor konfirmatori terdiri dari menggunakan pendekatan MTMM (Metode Multi Trait-Multi) yang menguji validitas konvergen dan diskriminan. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability Test (Ghozali, 2016).

1. *Convergent Validity*

Validitas konvergen model pengukuran dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi skor item/indikator dengan skor konstruk. Refleksi tunggal dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih besar dari 0,70 dengan

konstruk yang diukur. Namun pada tahap pengembangan skala penelitian, pembebanan sebesar 0,50 – 0,60 masih dapat diterima (Ghozali, 2016).

2. *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan indikator tercermin dalam cross-loading antara indikator dan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi indikator dengan konstruk lainnya, maka hal ini menunjukkan bahwa konstruk tersebut cenderung memprediksi indikator bloknya lebih baik daripada indikator blok lainnya. Metode lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari varian rata-rata dengan konstruk lain menggunakan model. Model I dikatakan memiliki discriminant validity yang cukup baik jika akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya (Ghozali, 2016). Publikasi (Ghozali, 2016) menjelaskan tes lain untuk menilai validitas konstruk menggunakan skor AVE. Model dianggap baik jika AVE masing-masing konstruk lebih besar dari 0,50.

3. *Reliability*

Selain pemeriksaan validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk memeriksa reliabilitas konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan akurasi, konsistensi dan presisi alat ukur struktur ukur. dalam PLS-SEM. Dengan menggunakan program Smart PLS 3.0, pengukuran reliabilitas konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan metode Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Struktur dinyatakan reliabel apabila nilai Composite Reliability dan Cronbach alpha diatas 0,70 (Ghozali, 2016).

3.7.3 Uji Model Struktural atau Inner Model

Model Struktural atau Model Internal menunjukkan kekuatan hubungan atau penilaian antara variabel aktif atau konstruk berdasarkan teori substantif.

R-Square Saat mengevaluasi model struktural, R-kuadrat sebagai kekuatan prediksi model struktural untuk R-kuadrat dari setiap variabel endogen harus dievaluasi terlebih dahulu. Pengujian model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-squared yang merupakan pengujian kebaikan model. Perubahan

nilai R squared dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh suatu variabel eksogen tertentu terhadap variabel endogen, terlepas apakah pengaruhnya signifikan. Nilai RSquare 0,70, 0,50 dan 0,25 menunjukkan penyakit berat, sedang dan ringan (Ghozali, 2016).

3.7.4 Uji Pengaruh Langsung

Variabel yang dapat diukur secara langsung atau biasa disebut Observed Variable, memiliki makna bahwa variabel tersebut dapat diukur menggunakan alat ukur yang jelas, memiliki satuan dan nilainya berupa sebuah angka (Mufarrikoh, 2019).

3.7.5 Uji Pengaruh Tidak Langsung

Pendekatan alternatif untuk menguji signifikansi moderasi adalah teknik bootstrapping (Ghozali, 2016)). Lanjutan dari uji Sobel yang membutuhkan jumlah sampel yang banyak.

Dalam pengujian hipotesis, dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas dari pengujian hipotesis, yaitu H_0 menggunakan statistik, terlihat bahwa untuk alfa 5%, t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Jadi kriteria menerima/menolak suatu hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak bila t-statistik $> 1,96$. Hipotesis dengan probabilitas H_a untuk menolak/menerima diterima jika $p < 0,05$.