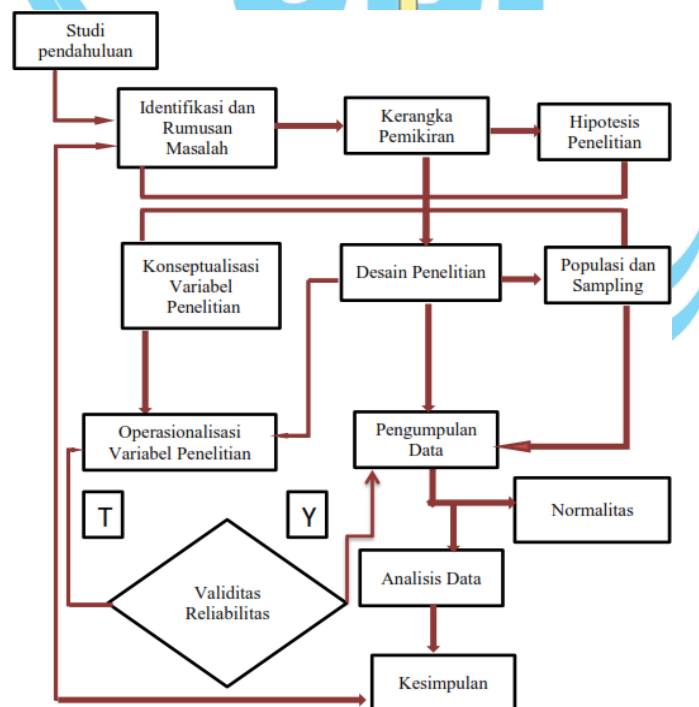


BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian berguna untuk memudahkan penulis dalam menyusun sebuah laporan penulisan penelitian, dalam desain penelitian langkah pertama adalah menentukan metode yang digunakan. Metode penelitian menurut (Sugiyono, 2019:2) “yaitu cara ilmiah untuk mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif”. “Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih berdasar pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh” (Sanawiri, 2017). Sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. sifat deskriptif menggambarkan tentang variabel *Electronic Word of Mouth*, Mencari Variasi, dan Perpindahan Merek. Sedangkan sifat verifikatif yaitu menguji kebenaran hipotesis yang telah dibuat pada bab sebelumnya.



Gambar 3.1 Desain Penelitian

Sumber: Panduan Skripsi Universitas Buana Perjuangan, 2022

Desain penelitian merupakan seluruh proses yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian ini mencakup proses-proses sebagai berikut:

1. Melakukan studi pendahuluan sesuai dengan tema/variabel *Electronic Word of Mouth*, Mencari Variasi, dan Perpindahan Merek.
2. Penyusunan latar belakang penelitian yang berpedoman pada landasan fenomena, empiris, teoritis, dan normatif.
3. Merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dan tujuan tujuan.
4. Membaca konsep teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.
5. Membaca hasil penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai pembanding, melalui pencarian temuan dari jurnal ilmiah (internasional dan nasional), karya tulis ilmiah lainnya yang relevan.
6. Menyusun kerangka berpikir sesuai dengan teori dan temuan penelitian terdahulu yang relevan.
7. Menetapkan hipotesis penelitian.
8. Menetapkan metode/pendekatan penelitian yang cocok untuk digunakan, termasuk alat analisis yang digunakan.
9. Menyusun instrumen penelitian, termasuk melakukan uji validitas dan reliabilitas.
10. Melakukan pengumpulan data.
11. Pembuktian hipotesis dan pembahasan untuk menjawab rumusan masalah.
12. Kesimpulan dan saran disesuaikan dengan rumusan masalah.

Metode deskriptif ini diharapkan dapat memperoleh suatu data yang hasilnya bisa diolah dan dianalisis serta diakhir bisa ditarik suatu kesimpulan. Kesimpulan nantinya berlaku bagi seluruh populasi yang menjadi objek penelitian.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian yang dilakukan pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut :

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Karawang, Jawa Barat dengan ruang lingkup di kampus Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018. Adapun penentuan lokasi tersebut berdasarkan pada hasil pra-survei yang dilakukan terhadap mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

3.2.2 Waktu Penelitian

Alokasi waktu untuk melakukan penelitian ini dari bulan Maret 2022 sampai Agustus 2022, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian (2022)					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1	Pengajuan Judul proposal						
2	Penulisan Proposal skripsi						
3	Bimbingan Proposal skripsi						
4	Persetujuan Proposal skripsi						
5	Seminar Proposal skripsi						
6	Pengambilan data						
7	Pengolahan data						
8	Bimbingan skripsi						
9	Persetujuan skripsi						
10	Pelaksanaan Sidang skripsi						

Sumber : Hasil Olah Penulis (2022)

3.3 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Pada sub bab ini akan diuraikan definisi dari masing-masing variabel secara konseptual dan secara operasional. Adapun definisi tersebut adalah sebagai berikut.

3.3.1 Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual merupakan suatu definisi yang peneliti berikan kepada tiap variabel suatu penelitian secara konsep yang artinya ialah konsep tersebut

didasari oleh pendapat para ahli atau pakar. Adapun definisi konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Definisi Konseptual Negative E-wom

Menurut (Kietzmann, 2019) “*E-Wom* adalah pernyataan dari pengalaman positif, negatif, atau netral, yang diciptakan oleh calon konsumen, konsumen, atau mantan konsumen tentang suatu produk, layanan, merek atau perusahaan yang disampaikan melalui media Internet”.

2. Definisi Konseptual Variabel Mencari Variasi

“Kebutuhan mencari variasi (*variety seeking*) merupakan keinginan konsumen untuk mencari beragam merek pada jenis produk sejenis karena terpengaruh oleh keingintahuan untuk mencapai kepuasan” (Sembiring, 2021)

3. Definisi Konseptual Variabel Perpindahan Merek

Menurut (Daya et al., 2018) “perpindahan merek merupakan perilaku konsumen meninggalkan satu merek dengan merek tertentu kemudian mulai memakai merek tersebut dalam konteks jenis yang sama”.

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah untuk mendefinisikan masing-masing variabel *eksogen* dan *endogen* yang digunakan pada penelitian, kemudian dijelaskan juga setiap indikator dari setiap variabel yang berguna sebagai alat ukur yang nantinya dijadikan acuan atau dasar perhitungan. Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Variabel *Eksogen*

Variabel *eksogen* sering disebut sebagai variabel *independen*, *stimulus*, *prediktor*, *antecedent* atau variabel bebas yaitu variabel yang bisa mempengaruhi variabel terikat atau *endogen*. Adapun variabel *eksogen* pada penelitian ini adalah E-wom dan Mencari Variasi.

2. *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*

Pernyataan dari pengalaman positif, negatif, atau netral, yang diciptakan oleh Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang tentang suatu produk, layanan, merek atau perusahaan yang disampaikan melalui media Internet tentang Lazada.

Adapun untuk mengukur dimensi e-wom menurut Goyette et al dalam (Sari et al, 2017) yaitu:

1. *Intensity*, yang terdiri dari:
 - a) Frekuensi mengakses informasi dari media sosial
 - b) Frekuensi interaksi dengan pengguna media social
 - c) Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna media sosial
2. *Content*, yang terdiri dari:
 - a) Informasi pilihan produk
 - b) Informasi kualitas produk
 - c) Informasi tentang harga yang ditawarkan
 - d) Informasi tentang keamanan transaksi dan situs jejaring internet yang disediakan.
3. *Valence of Opinion*, meliputi:
 - a) Komentar positif dari pengguna media sosial.
 - b) Rekomendasi dari pengguna media sosial

Cara mengukur E-wom pada marketplace Lazada dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai terendah 1 dan tertinggi 5, (1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju dan 5= Sangat setuju).

3. Mencari Variasi

Kebutuhan mencari variasi (*variety seeking*) merupakan keinginan konsumen pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Buanan Perjuangan Karawang untuk mencari variasi merek pada jenis produk sejenis karena terpengaruh oleh keingintahuan untuk mencapai kepuasan. Adapun untuk mengukur dimensi mencari variasi menurut yaitu :

1. Kebutuhan Akan Variasi
 - a. Rasa Bosan
 - b. Rasa Jenuh
 - c. Kebaruan
2. Tidak ada Inovasi Pilihan
 - a. Inovasi
 - b. Kesetiaan

3. Perbedaan Yang Dirasakan Antar Merek

- a. Perbandingan Kualitas
- b. Motivasi
- c. Penilaian Terhadap Merek Lain
- d. Komitmen Merek

Cara mengukur kebutuhan mencari variasi pada marketplace Lazada dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai terendah 1 dan tertinggi 5, (1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju dan 5= Sangat setuju).

4. Variabel Endogen

Variabel *endogen* atau biasa disebut variabel dependen, kriteria, atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Namun menurut (Anwar, 2019:23) menyatakan bahwa “variabel *endogen* juga dapat berperan ganda, yakni bisa menjadi variabel bebas ataupun menjadi variabel terikat. Adapun variabel *endogen* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *brand switching*”.

Perpindahan merek merupakan perilaku mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018 yang meninggalkan marketplace Lazada kemudian mulai memakai merek tersebut dalam konteks jenis yang sama. Untuk mengukur Perpindahan Merek menurut (Shukla dalam Suryani) 2018:41 adalah sebagai berikut :

- 1) Kualitas Yang Ditunjukkan
 - a. Kemasan
 - b. Kecacatan Merek
 - c. Harga Yang Bersaing
 - d. Pelayanan
- 2) Daya Tarik Merek
 - a. Ciri Khas
 - b. Keunggulan
 - c. Kreatifitas Penawaran
 - d. Dapat Dipercaya
- 3) Variasi Fitur

- a. Fitur Merek Sendiri
- b. Fitur Merek Lain
- 4) Komitmen
 - a. Loyalitas
 - b. Penawaran Merek Lain

Cara mengukur perpindahan merek pada Lazada dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai terendah 1 dan tertinggi 5, (1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju dan 5= Sangat setuju).

Tabel 3.2 Data Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
E-Wom (X1)	Intensitas	Frekuensi Mengakses Informasi	Ordinal	1
		Frekuensi Interaksi Pengguna		2
		Banyaknya Ulasan Yang Ditulis		3
	Konten	Informasi Pilihan Produk	Ordinal	4
		Informasi Kualitas Produk		5
		Informasi Harga Yang Ditawarkan		6
		Informasi Keamanan Transaksi Digital		7
	Opini Positif Pengguna Lain	Komentar Positif	Ordinal	8
		Rekomendasi		9
Mencari Variasi (X2)	Kebutuhan Akan Variasi	Rasa Bosan	Ordinal	10
		Rasa Jenuh		11
		Kebaruan		12
	Tidak Ada Inovasi Pilihan	Inovasi	Ordinal	13
		Kesetiaan		14
	Perbedaan Yang Dirasakan Antar Merek	Perbandingan Kualitas	Ordinal	15
		Motivasi		16
		Penilaian Terhadap Merek Lain		17
		Komitmen Merek		18
Perpindahan	Kualitas Yang Ditunjukkan	Kemasan	Ordinal	19
		Kecacatan Merek		20

Merek (Y)		Harga Yang Bersaing		21
		Pelayanan		22
	Daya Tarik Merek	Ciri Khas	Ordinal	23
		Keunggulan		24
		Kreativitas Penawaran		25
		Dapat Dipercaya		26
	Variasi Fitur	Fitur Merek Sendiri	Ordinal	27
		Fitur Merek Lain		28
	Komitmen	Loyalitas	Ordinal	29
		Penawaran Merek Lain		30

Sumber : Hasil olah penulis (2022)

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Jumlah populasi, sampel dan teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut :

3.4.1 Populasi Penelitian

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan” (Sugiyono, 2014:80). Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018 yang sebelumnya pernah belanja di Lazada tapi saat ini sudah beralih.

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018:131) mengatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah populasi. Bila populasi yang dipilih berukuran besar sehingga peneliti tidak mungkin mempelajari semua, misalkan karena keterbatasan biaya, tenaga dan waktu, maka penelitian bisa berlanjut dengan data yang diteliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang dipilih”.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Untuk populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow (Sugianto & Rahman, 2019) sebagai berikut :

$$= \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2} = 96,04$$

n = jumlah sampel

Z_α = Skor Z kepercayaan 95% = 1.96

P = Maksimal estimasi = 0.5

d² = alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Jadi, dengan menggunakan presentase kelonggaran ketelitian sebesar 10% menghasilkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 Mahasiswa dan di bulatkan menjadi 100 Mahasiswa. Hal ini dilakukan agar dapat mempermudah penelitian dan juga pengolahan data.

3.4.3 Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2018:138) “teknik sampling merupakan teknik pada penelitian dalam menentukan sampel. Untuk menentukan sampel, terdapat beraneka ragam teknik sampling. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability* dengan teknik *purposive sampling*”.

Menurut (Sugiyono, 2018:136) “*non probability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang tidak mendapatkan peluang/kesempatan yang sama bagi tiap anggota populasi menjadi sampel penelitian”. Sedangkan teknik *purposive sampling* menurut (Sugiyono, 2018:156) adalah “teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu”. Adapun kriteria nya adalah sebagai berikut:

1. Seluruh mahasiswa/mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018.
2. Pernah belanja pada marketplace Lazada minimal 2 kali.
3. Saat ini sudah beralih dari Lazada ke marketplace lain.

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data dimaksudkan guna memperoleh informasi yang nantinya diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini metode

pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* kepada responden dengan bantuan Google *form* yang dibuat secara *paperless*. Google *form* adalah alat yang berguna untuk membantu mengirimkan survei dan mengumpulkan informasi dengan mudah dan cepat.

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang valid dibutuhkan agar data yang nantinya digunakan bisa dipertanggungjawabkan dan hasilnya akurat. Adapun sumber data pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut.

1 Data primer

Menurut (Sugiyono, 2018:213) “data primer adalah data yang bersumber atau diperoleh langsung dari responden yang akan diteliti”. Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah data dari hasil perolehan penyebaran angket yang dibagikan kepada responden secara online. Responden diharuskan menjawab masing-masing item pertanyaan atau pernyataan lalu kemudian hasil jawaban tersebut direkap dan diolah oleh peneliti guna mendapatkan data hasil akhir yang lengkap.

2 Data sekunder

Menurut (Sugiyono, 2018:213) “data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari pengumpul data (responden) namun dari melalui orang lain atau sumber lain yang masih dalam ruang lingkup yang sama”. Data sekunder pada penelitian ini yaitu dari buku, jurnal, artikel, portal berita, maupun hasil survei lembaga yang sejalan dengan penelitian ini.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono dalam (Sanawiri, 2017) “teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, angket atau kuesioner, observasi, dan dokumentasi.” Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang dipakai adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2018:193) “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden kemudian responden tersebut harus menjawabnya sesuai dengan apa yang dirasakan atau ketahui”. Pada penelitian ini peneliti menggunakan

Google *form* sebagai sarana dalam penyebaran kuesioner yang dilakukan secara online.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan diperlukan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau permasalahan yang menjadi objek penelitian, adapun sumber dan literatur yang digunakan sebagai berikut:

- a. Jurnal serta buku-buku sebagai data pendukung yang berhubungan dengan penelitian
- b. Mengakses internet untuk mendapatkan data-data yang sesuai dengan subjek penelitian, baik dalam bentuk jurnal, artikel maupun hasil survei lembaga.

3.5.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu merupakan alat pengumpulan data yang diperlukan guna mengukur fenomena yang terjadi pada suatu penelitian. Adapun perihal teknik pengujian pada instrumen penelitian ini tergolong kedalam teknik analisis data dikarenakan memakai teknik *partial least square* (PLS).

3.6 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga dalam proses penyimpulan hasil yang diperoleh dari penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif berupa analisis deskriptif dan verifikatif untuk dapat menganalisis data yang diambil dari sampel yang telah terkumpul melalui pengisian kuesioner serta dapat menggambarkan hasil pengujian dari hipotesis yang diajukan.

Menurut (Sugiyono, 2019:253) “analisis data bertujuan untuk mengelompokkan data, mentabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan yang berguna untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis”.

Adapun rancangan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.6.1 Analisis Deskriptif

“Analisis deskriptif merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan melakukan deskripsi pada data yang telah dikumpulkan” (Sugiyono, 2019:206). Hasil dari data primer yang terkumpul melalui kuesioner online selanjutnya akan dianalisis berdasarkan masing-masing item kuesioner yang terdiri dari 5 jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda berdasarkan pada skala likert dengan nilai skala terendah 1 dan skala tertinggi 5 dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden dan di bulatkan menjadi 100 responden. Menentukan rentang skala dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana: n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

$$RS = \frac{(m - 1)}{m}$$

$$RS = \frac{100 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = 80$$

$$\text{Skala rendah} = \text{skor rendah} \times \text{jumlah sampel} = 1 \times 100 = 100$$

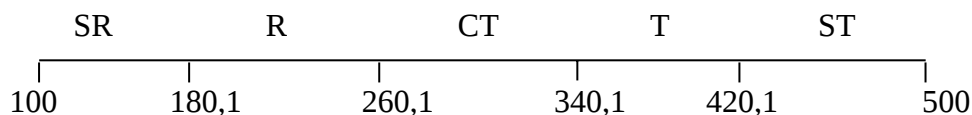
$$\text{Skala tertinggi} = \text{skor tertinggi} \times \text{jumlah sampel} = 5 \times 100 = 500$$

Tabel 3.3 Analisis Rentang Skala

Skor	Rentang Skala	Kemudahan penggunaan	Kepercayaan	Minat menggunakan
1	100 - 180	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah
2	180,1 – 260	Rendah	Rendah	Rendah
3	260,1 – 340	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
4	340,1 – 420	Tinggi	Tinggi	Tinggi
5	420,1 – 500	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Sumber : Hasil pengolahan (2021)

Berikut adalah rentang skala yang digambarkan atau disajikan menggunakan *bar scale* (bar skala)



Gambar 3. 2 Bar scale

Sumber : Sugiono (2019:118) Hasil Pengolahan Penulis (2021)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Dalam pengolahan data pada penelitian ini menggunakan persamaan permodelan *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Wright dalam (Jogiyanto, 2011:47) “structural equation modeling merupakan teknik analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian korelasi kausal dengan menggabungkan analisis jalur dengan analisis faktor”.

Menurut Fornell dan Bookstein dalam (Ghozali, 2015:19) “terdapat dua jenis SEM dalam model analisis data, yaitu pertama Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) dan kedua Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM). Pada penelitian ini jenis SEM yang digunakan adalah SEM-PLS”.

“Adapun yang menjadi dasar pertimbangan mengapa menggunakan metode SEM-PLS dibandingkan dengan teknik analisis data lain seperti regresi linier berganda atau *path analysis* adalah karena SEM-PLS memiliki banyak keunggulan di dalamnya” (Anwar, 2019:2), keunggulan tersebut adalah :

- SEM-PLS tidak menuntut atau mengharuskan basis teori yang kuat, pada model penelitian dengan dasar teori yang lemah pun bisa dilakukan
- SEM-PLS tidak harus memenuhi uji asumsi klasik seperti uji normalitas, linearitas, heteroskedasitas dan lainnya
- SEM-PLS tidak harus memenuhi uji kelayakan model (*goodness of fit*)
- SEM-PLS tidak mengharuskan jumlah sampel yang besar, pada sampel yang sedikit juga bisa dioperasikan

- e. SEM-PLS tidak mengharuskan adanya transformasi data karena bisa dilakukan pengujian pada jenis data interval, ordinal maupun rasio.
- f. SEM-PLS adalah metode analisis data yang *powerfull*.

Dengan menggunakan SEM-PLS tidak hanya pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel eksogen dan endogen bisa diketahui namun lebih dalam dari itu. Dimana besaran nilai kontribusi masing-masing indikator terhadap variabelnya juga bisa terlihat sehingga hasil penelitian bisa lebih akurat, informatif dan lengkap.

3.6.3 Partial Least Square (PLS)

“Analisis *Partial Least Squares* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda” (Jogiyanto, 2011:55). Dengan adanya model analisis data PLS dapat memudahkan peneliti dalam melakukan olah data, karena PLS dapat dioperasikan pada sampel dengan jumlah kecil serta tidak perlu memenuhi kriteria uji asumsi klasik.

“Dalam SEM-PLS terdapat dua jenis tahapan evaluasi yang harus terpenuhi yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Adapun tujuan kedua hal tersebut dimaksudkan untuk menguji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan reliabilitas. Suatu konsep dan model penelitian yang menggunakan SEM-PLS tidak dapat dilakukan pengujian jika belum memenuhi tahap model pengukuran dan model struktural” (Jogiyanto, 2011:69).

3.6.4 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisa *outer model* ini menekankan pada hubungan antara variabel laten dengan beberapa indikatornya. Dengan kata lain bahwa model pengukuran menjelaskan bagaimana tiap indikator berkorelasi dengan variabel latennya. Adapun pengujian model pengukuran meliputi:

1. Uji Validitas Konstruk

Menurut (Jogiyanto, 2011:70) “salah satu cara untuk menguji validitas konstruk dengan korelasi yang kuat antara indikator dengan konstruknya dan

korelasi yang rendah dengan variabel lainnya. Pengujian validitas konstruk pada analisis SEM-PLS terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminan”.

A. Validitas Konvergen (*Convergent validity*)

“Validitas konvergen digunakan untuk membuktikan bahwa setiap variabel dari pertanyaan atau pernyataan mudah dipahami oleh responden. Validitas konvergen berkaitan pada prinsip setiap indikator dari suatu konstruk semestinya berkorelasi tinggi” (Anwar, 2019:41). “Uji validitas Konvergen bisa dilihat pada nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE)” (Anwar, 2019:41).

1. Nilai *Loading Factor*

Uji validitas konvergen pertama dapat diketahui pada nilai *loading factor*. Pada suatu nilai melebihi 0,7 dalam nilai *Loading Factor* maka penelitian tersebut bersifat *confirmatory* dan jika di antara 0,6 – 0,7 maka bersifat *exploratory* (Anwar, 2019:41). Berdasarkan teori tersebut maka nilai *loading factor* yang digunakan pada penelitian ini adalah $> 0,7$.

2. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

“Nilai *average variance extracted* menggambarkan rata-rata varians atau diskriminan yang diekstrak pada setiap indikator, sehingga kemampuan dari masing-masing item dalam membagi pengukuran dengan yang lain dapat diketahui. Validitas terpenuhi apabila nilai *average variance inflation factor* (AVE) harus lebih besar dari 0.5” (Ghozali, 2015:74).

B. Validitas Diskriminan (*discriminant validity*)

“Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk variabel laten seharusnya tidak berkorelasi tinggi dengan variabel laten lainnya” (Jogiyanto, 2011:71). Untuk mengetahui suatu data dalam pengujian menggunakan SmartPLS apakah data tersebut valid secara diskriminan atau tidak dapat dilihat dengan dua cara yaitu :

1. Nilai *Cross Loading*

Cross loading digunakan untuk mengetahui kecocokan model yang digunakan, dimana suatu indikator harus berkorelasi tinggi ke variabel latennya sendiri daripada ke variabel laten lainnya maka model tersebut adalah baik. Cara menguji validitas diskriminan yaitu dapat dilihat pada nilai *cross loading*. Menurut (Ghozali, 2015:74) “nilai *cross loading* setiap variabel harus lebih besar dari 0,70”.

2. *Fornell-Larcker Criterion* (akar AVE)

Untuk mengetahui sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruksi lain maka dalam SmartPLS bisa dilihat dari nilai *fornell-larcker criterion*. Menurut Chin, Gopal, & Salinsbury dalam (Jogiyanto, 2011:71), “dalam setiap bentuk akar AVE melebihi besarnya bentuk lain dari tiap model maka akan memiliki validitas diskriminan yang baik”.

2. Uji Reliabilitas Konstruk

“Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan ketepatan, konsistensi, dan juga akurasi mengukur suatu konstruk” (Ghozali, 2015:75). Pengujian ini diperlukan agar mengetahui item suatu instrumen penelitian bila digunakan dua kali dengan indikasi yang sama, apakah akan mendapatkan hasil pengukuran yang relatif konsisten. Mengukur reliabilitas pada suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

a. *Cronbach's Alpha*

“Untuk mengetahui suatu kehandalan konstruk dalam mengukur variabel laten maka dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* pada output PLS. Suatu konstruk dikatakan baik jika *cronbach alpha*: $> 0,7$ ” (Anwar, 2019:42). Sedangkan menurut (Dahlan, 2014:12) skala dari *cronbach alpha* dikelompokkan menjadi 5 kriteria, yaitu :

Tabel 3.4 Kriteria *Cronbach Alpha*

Skala <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
0,81 – 1.00	Sangat reliabel

0,61 – 0,80	Reliabel
0,42 – 0,60	Cukup reliabel
0,21 – 0,41	Tidak reliabel
0,00 – 0,20	Sangat tidak reliabel
0,00 – 0,20	Sangat tidak reliabel

Sumber : Dahlan, 2014

b. *Composite Reliability*

“Pengujian *composite reliability* digunakan untuk menunjukkan internal konsistensi dari suatu indikator dalam variabel laten. Nilai *composite reliability*: > 0,7 maka instrumen dapat dikatakan reliabel” (Anwar, 2019:42)

3.6.5 Model Struktural (*Inner Model*)

Tahap kedua dalam evaluasi model adalah evaluasi model struktural (*inner model*). Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*) yaitu :

1. Nilai *R-Square*

R-Square digunakan untuk mengetahui berapa besar variabel terikat (*endogen*) dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya (*eksogen*) kemudian mengetahui apakah model dalam kategori baik atau buruk. Adapun kriteria *R-Square* menurut (Juliandi, 2018:79) adalah sebagai berikut.

- Jika nilai $R^2 = 0,75 \rightarrow$ Model adalah substansial (kuat)
- Jika nilai $R^2 = 0,50 \rightarrow$ Model adalah moderate (sedang)
- Jika nilai $R^2 = 0,25 \rightarrow$ Model adalah lemah (buruk)

A. Nilai *Q-square*

Untuk mengukur mampu atau tidaknya model dapat diprediksi bisa diukur dengan *Q-Square* (Q^2). Jika nilai *Q-Square* > 0 artinya model dapat diprediksi. Sedangkan jika *Q-Square* < 0 artinya model tidak dapat diprediksi. Untuk rumus perhitungannya adalah sebagai berikut.

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2)$$

B. *Direct effect* (pengaruh langsung)

“Analisis *direct effect* digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh langsung variabel kemudahan penggunaan dan kepercayaan (eksogen) terhadap minat menggunakan (endogen)” (Juliandi, 2018:85).

2. Koefisien jalur (*path coefficient*)

Jika nilai *path coefficient* pada *ordinal sampel* adalah positif, maka pengaruhnya adalah searah, artinya jika variabel eksogen meningkat maka variabel endogen juga meningkat dan begitu sebaliknya. Jika nilai *path coefficient* pada *ordinal sampel* adalah negatif, maka pengaruhnya adalah berlawanan arah, artinya jika variabel eksogen meningkat maka variabel endogen menurun dan begitu sebaliknya

3. Nilai Probabilitas/Signifikansi (P-Value):

Nilai signifikansi yang bisa digunakan (*two-tiled*) *t-value* 1.65 (*significance level* = 10%), 1.96 (*significance level* = 5%), dan 2.58 (*significance level* = 1%), (Ghozali, 2015:85). Dalam penelitian ini nilai signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 1,96. Adapun kriterianya adalah: Jika nilai *P-values* < 0,05, artinya signifikan
Jika nilai *P-values* > 0,05, artinya tidak signifikan

3.6.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen dan melihat arah hubungan positif atau negatif. Adapun uji hipotesis pada penelitian yang menggunakan analisis SEM-PLS dilakukan melalui *boots roaming* pada aplikasi smartPLS untuk pengujiannya adalah dengan melihat nilai *p-values* dan *path coefficient* masing-masing variabel laten.

Nilai *p-values* :

- Jika nilai *p-values* < 0,05 artinya terdapat pengaruh yang signifikan.
- Jika nilai *p-values* > 0,05 artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan

Untuk menentukan apakah H_0 ditolak atau diterima yaitu membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} , kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- H_0 ditolak apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka, dapat dikatakan H_a diterima.

b. H_1 diterima apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka, dapat dikatakan H_a ditolak.

Adapun uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh *e-wom* terhadap perpindahan merek

H_0 : *e-wom* negatif tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek

H_1 : *e-wom* negatif berpengaruh terhadap perpindahan merek

2. Pengaruh mencari variasi terhadap perpindahan merek

H_0 : mencari variasi tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek

H_1 : mencari variasi berpengaruh terhadap perpindahan merek





