

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta dengan melalui kuesioner *google form* yang akan disebar untuk responden yang pernah menggunakan aplikasi Klik Indomaret minimal sekali melalui berbagai *platform* media seperti WhatsApp, Instagram, X, dan lainnya. Peneliti memilih wilayah Jakarta karena dengan jumlah penduduk yang lebih besar, maka peneliti bisa mendapatkan jumlah responden yang cukup dan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Pelaksanaan penelitian berlangsung pada bulan Maret hingga Juli 2025.

3.2 Desain Penelitian

Model penelitian kuantitatif diterapkan pada penelitian ini. Abdullah et al. (2022) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah penyelidikan ilmiah yang sistematis terhadap unsur-unsur serta fenomena melalui pengumpulan data yang dapat diukur dengan menggunakan metode komputasi atau statistik. Dalam penelitian kuantitatif, interaksi antara variabel-variabel dianalisis dan dievaluasi menggunakan instrumen penelitian untuk menguji gagasan-gagasan tertentu (Siroj et al., 2024). Menurut Sugiyono (2017), langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif berawal dari adanya masalah yang diteliti, perumusan masalah, pengajuan hipotesis, memilih metode pemilihan yang sesuai, menyusun instrumen penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data, dan yang terakhir membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan metode survei yang bertujuan untuk menggambarkan penelitian dengan terstruktur serta objektif dan berfokus pada fakta-fakta dalam populasi atau daerah spesifik. Teknik survei dipergunakan untuk memperoleh data yang mencakup populasi lebih luas (Abdullah et al., 2022).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai kumpulan objek atau individu yang memiliki ciri-ciri dan atribut tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti selama proses penelitian. Populasi ini menjadi dasar dalam proses pengumpulan data, di mana peneliti melakukan analisis untuk memahami pola atau hubungan yang ada, sehingga dapat menarik kesimpulan yang berlaku universal terhadap kelompok tersebut (Sugiyono, 2017). Dalam studi ini, semua pengguna aplikasi Klik Indomaret di Jakarta merupakan populasi yang diteliti.

3.3.2 Sampel

Sampel yaitu populasi yang dipilih melalui prosedur pengambilan *sampling* tertentu, yang mewakili jumlah dan karakteristik dari populasi. Pengambilan sampel harus representatif atau mencerminkan kondisi populasi sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan keseluruhan populasi (Hardani et al., 2020). Teknik *sampling non probability* akan digunakan untuk mengidentifikasi sampel dalam studi ini, yang berarti tidak seluruh individu diberikan peluang yang sama dalam proses pemilihan sampel. Peneliti akan menerapkan *purposive sampling* di mana sampel ditentukan dari kriteria atau pertimbangan yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2017).

Hikmawati (2020) menyatakan bahwa persyaratan berikut harus terpenuhi saat mengaplikasikan *purposive sampling*:

- 1) Pengambilan sampel harus berdasarkan pada karakteristik, atribut, atau ciri-ciri tertentu.
- 2) Subjek yang dijadikan sampel merupakan representasi paling sesuai dari karakteristik yang ada pada populasi.
- 3) Karakteristik populasi diidentifikasi secara teliti pada tahap studi awal.

Hair et al. (2017), menjelaskan ukuran sampel yang optimal dan dapat merepresentasikan populasi dapat ditentukan dengan cara jumlah indikator variabel penelitian dikalikan 5-10. Pada penelitian ini ditemukan 30 item indikator, sehingga jumlah sampel minimum yang diperlukan sebesar $30 \times 5 = 150$ dan jumlah sampel maksimum yang dibutuhkan sebesar $30 \times 10 = 300$. Maka, ukuran sampel untuk digunakan yaitu sebanyak 150 sampel. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini menetapkan 150 responden sebagai ukuran sampel yang dipakai. Angka tersebut telah sesuai batas minimum yang disarankan dan dinilai memadai untuk mewakili populasi. Berikut kriteria yang dipilih oleh peneliti dalam pemilihan sampel:

- 1) Konsumen yang pernah berbelanja melalui aplikasi Klik Indomaret setidaknya sebanyak satu kali dalam enam bulan terakhir. Pemilihan konsumen yang pernah bertransaksi dengan aplikasi Klik Indomaret minimal satu kali dalam enam bulan terakhir bertujuan agar responden benar-benar memiliki pengalaman nyata saat menggunakan aplikasi Klik Indomaret sehingga data yang diperoleh valid dan mencerminkan pengguna yang aktif menggunakan aplikasi.
- 2) Berusia minimal 17 tahun. Di rentang usia ini responden diasumsikan sudah cukup matang untuk membuat keputusan pembelian dan mampu menjawab pertanyaan kuesioner yang diberikan dengan baik.
- 3) Berdomisili di Jakarta. Tempat penelitian ini berfokus pada konsumen aplikasi Klik Indomaret di wilayah Jakarta. Selain itu, menurut data dari Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) dalam Rukmana (2023), Jakarta juga merupakan kota yang memiliki jumlah gerai Indomaret terbesar sebanyak 3.037 toko pada tahun 2021 atau sekitar 15,87% dari total gerai Indomaret di 30 lebih provinsi di Indonesia.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data akan dilakukan memakai data primer yaitu data yang pengumpulannya bersumber langsung dari sumber utama dan kemudian akan dianalisis oleh peneliti. Metode pengumpulan data ini melibatkan penggunaan survei dan kuesioner di mana responden yang memenuhi kriteria diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut (Hikmawati, 2020). Data sekunder juga akan digunakan untuk mendukung penelitian ini yaitu melalui buku, jurnal, dan *website*.

3.5 Pengembangan Instrumen

Dalam penelitian ini terdapat lima variabel yang diukur yaitu *Continuance Intention*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Trust*, dan *Customer Satisfaction*.

3.5.1 *Continuance Intention*

a. Definisi Konseptual

Niat atau keinginan konsumen untuk terus menggunakan suatu sistem dalam jangka waktu yang lama.

b. Definisi Operasional

Menurut Lisnawati et al. (2021), dimensi dari *continuance intention* adalah *possibility of reuse* (kemungkinan penggunaan ulang) dan *times of reuse* (frekuensi penggunaan ulang).

c. Kisi-kisi Instrumen

Untuk mengukur variabel *Continuance Intention*, peneliti menggunakan butir pernyataan yang diadaptasi dari (Kim & Yum, 2024) dan (Amoroso & Ackaradejruangsri, 2024). Skala *likert* dengan enam tingkat penilaian digunakan dalam penelitian ini, dimulai antara 1 “sangat tidak setuju” hingga 6 “sangat setuju”.

Tabel 3. 1 Indikator *Continuance Intention*

Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Possibility of reuse</i> (kemungkinan penggunaan ulang)	<i>I will continue to use the platform in the future.</i>	Saya akan terus menggunakan aplikasi Klik Indomaret di masa depan.	(Kim & Yum, 2024) (Amoroso & Ackaradejruangsri, 2024)
	<i>I would consider using the mobile wallet in the long term</i>	Saya akan mempertimbangkan untuk menggunakan aplikasi Klik Indomaret dalam jangka panjang.	
<i>Times of reuse</i> (frekuensi penggunaan ulang)	<i>I will increase the frequency of my purchases through the platform.</i>	Saya akan meningkatkan frekuensi pembelian saya melalui aplikasi Klik Indomaret.	
	<i>I always try to use the mobile wallet to conduct financial transactions as much as possible</i>	Saya akan terus menggunakan aplikasi Klik Indomaret untuk berbelanja online.	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

3.5.2 *Perceived Ease of Use*

a. Definisi Konseptual

Persepsi seseorang di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang besar dan mudah penggunaannya.

b. Definisi Operasional

Khairi & Baridwan (2015) menyatakan dimensi *perceived ease of use* meliputi jelas dan bisa dimengerti (*clear & understandable*), tidak memerlukan usaha yang besar (*doesn't require a lot of mental effort*), mudah untuk digunakan (*easy to use*), dan mudah untuk membuat sistem melakukan apa yang diinginkan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

c. Kisi-kisi Instrumen

Untuk mengukur variabel *Perceived Ease of Use*, peneliti menggunakan butir pernyataan hasil adaptasi dari (Hadi Putra et al., 2022) dan (Nuralam et al., 2024). Skala *likert* dengan enam tingkat

penilaian digunakan dalam penelitian ini, dimulai antara 1 “sangat tidak setuju” hingga 6 “sangat setuju”.

Tabel 3. 2 Indikator *Perceived Ease of Use*

Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Jelas dan bisa dimengerti (<i>clear & understandable</i>)	<i>My interaction with X app is clear and easy to understand</i>	Saya merasa tampilan aplikasi Klik Indomaret jelas dan mudah dimengerti	(Hadi Putra et al., 2022) (Nuralam et al., 2024)
	<i>I find it clear and understandable to go online shopping</i>	Saya merasa aplikasi Klik Indomaret memiliki navigasi yang jelas untuk dioperasikan	
Tidak memerlukan usaha yang besar (<i>does not require a lot of mental effort</i>)	<i>Interacting with online stores, doesn't require much effort</i>	Berbelanja menggunakan aplikasi Klik Indomaret tidak memerlukan usaha yang besar	
	<i>I do not need to consult the user manual often when using an online store</i>	Saya tidak perlu melihat panduan saat menggunakan aplikasi Klik Indomaret	
Mudah untuk membuat sistem melakukan apa yang diinginkan (<i>easy to get the system to do what he/she wants to do</i>)	<i>Easy for X app to do what I want</i>	Mudah untuk menemukan apa yang saya inginkan dengan aplikasi Klik Indomaret	
	<i>Interact flexibly with online shopping channels</i>	Saya bisa berbelanja dengan leluasa melalui aplikasi Klik Indomaret	
Mudah untuk digunakan (<i>easy to use</i>)	<i>X app is easy to use</i>	Aplikasi Klik Indomaret mudah untuk digunakan.	
	<i>Overall, it is easy to use this platform</i>	Secara keseluruhan, mudah untuk menggunakan aplikasi Klik Indomaret.	

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

3.5.3 *Perceived Usefulness*

a. Definisi Konseptual

Persepsi seseorang di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu mampu memberikan manfaat bagi mereka.

b. Definisi Operasional

Khairi & Baridwan (2015) menyatakan bahwa dimensi dari *perceived usefulness* meliputi meningkatkan kinerja pekerjaan (*improves job performance*), meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), meningkatkan efektivitas (*enchances effectiveness*), dan sistem yang bermanfaat (*the system is useful*).

c. Kisi-kisi Instrumen

Untuk mengukur variabel *perceived usefulness*, peneliti menggunakan item yang diadaptasi dari (Foroughi et al., 2023) dan (Hadi Putra et al., 2022). Skala *likert* dengan enam tingkat penilaian digunakan dalam penelitian ini, dimulai antara 1 “sangat tidak setuju” hingga 6 “sangat setuju”.

Tabel 3. 3 Indikator *Perceived Usefulness*

Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Meningkatkan kinerja pekerjaan (<i>improves job performance</i>)	<i>Using XYZ flight ticket apps makes it easier to access flight booking services</i>	Menggunakan aplikasi Klik Indomaret membuat kegiatan belanja menjadi lebih praktis	(Foroughi et al., 2023) (Hadi Putra et al., 2022).
	<i>Using XYZ flight ticket apps would improve the quality of the booking transactions performed</i>	Menggunakan aplikasi Klik Indomaret meningkatkan kualitas belanja saya	
Meningkatkan produktivitas (<i>increase productivity</i>)	<i>X app helps me to transact faster</i>	Aplikasi Klik Indomaret membantu transaksi belanja saya lebih cepat	
	<i>Using XYZ flight ticket apps enables me to access flight booking services more quickly</i>	Menggunakan aplikasi Klik Indomaret membuat proses belanja online lebih cepat	
Meningkatkan efektivitas (<i>enchances effectiveness</i>),	<i>Using XYZ flight ticket apps enchances the effectiveness of my flight booking activities/services</i>	Menggunakan aplikasi Klik Indomaret membantu meningkatkan efektifitas saya dalam berbelanja.	
	<i>X app helps me to invest more conveniently</i>	Aplikasi Klik Indomaret membantu transaksi belanja saya lebih nyaman	

Sistem yang bermanfaat (the system is useful).	<i>I feel app X is useful for the investment I make</i>	Saya merasa aplikasi Klik Indomaret bermanfaat untuk belanja online
	<i>I find XYZ flight ticket apps to be useful for my flight booking needs</i>	Saya merasa aplikasi Klik Indomaret berguna untuk kebutuhan belanja saya

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

3.5.4 Trust

a. Definisi Konseptual

Keyakinan seseorang bahwa sebuah sistem teknologi dapat dipercaya dan memberikan rasa aman kepada penggunanya.

b. Definisi Operasional

Svare et al., (2020) menyatakan bahwa dimensi dari *trust* meliputi integritas (*integrity*), kemampuan (*ability*), dan niat baik (*benevolence*).

c. Kisi-kisi Instrumen

Untuk mengukur variabel *Trust*, peneliti menggunakan butir pernyataan yang diadaptasi dari penelitian (Nguyen & Dao, 2024), (Hadi Putra et al., 2022), dan (Yum & Kim, 2024). Skala *likert* dengan enam tingkat penilaian digunakan dalam penelitian ini, dimulai antara 1 “sangat tidak setuju” hingga 6 “sangat setuju”.

Tabel 3. 4 Indikator Trust

Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Integritas (<i>integrity</i>)	<i>If the platform makes a claim or promise about its service, I trust that it is truthful.</i>	Saya percaya aplikasi Klik Indomaret mampu untuk memberikan layanan seperti yang telah diiklankan.	(Nguyen & Dao, 2024) (Yum & Kim, 2024) (Hadi Putra et al., 2022)
	<i>X app can keep its promise</i>	Aplikasi Klik Indomaret mampu memenuhi komitmennya kepada pengguna.	
Kemampuan (<i>ability</i>)	<i>My intention to continue using the platform is rooted in my confidence in its</i>	Kepercayaan saya terhadap kualitas layanan yang diberikan membuat	

	<i>services and operations.</i>	saya ingin terus menggunakan aplikasi Klik Indomaret.
	<i>I trust the platform to safeguard my personal information and ensure security</i>	Saya percaya aplikasi Klik Indomaret mampu menjaga keamanan data pribadi saya.
Niat baik (benevolence)	<i>I believe that mobile banking providers keep their customers' interests in mind.</i>	Saya percaya aplikasi Klik Indomaret menjaga kepentingan penggunaanya.
	<i>X application always pays attention to the interests of users</i>	Aplikasi Klik Indomaret selalu memperhatikan kebutuhan penggunaanya.
Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)		

3.5.5 Customer Satisfaction

a. Definisi Konseptual

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari hasil ekspektasi terhadap kebutuhan mereka.

b. Definisi Operasional

Menurut Toli & Bharata (2024) dimensi-dimensi dalam variabel *customer satisfaction* meliputi pengalaman yang menyenangkan (*pleasant experience*) dan pemenuhan harapan (*fulfillment of expectations*).

c. Kisi-kisi Instrumen

Untuk mengukur variabel *Customer Satisfaction*, peneliti menggunakan butir pernyataan yang diadaptasi dari (Correia & Tam, 2024) dan (Hadi Putra et al., 2022). Skala *likert* dengan enam tingkat penilaian digunakan dalam penelitian ini, dimulai antara 1 “sangat tidak setuju” hingga 6 “sangat setuju”.

Tabel 3. 5 Indikator *Customer Satisfaction*

Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Pengalaman yang menyenangkan (pleasant experience)	<i>I feel good about my decision to install and use mobile applications.</i>	Saya merasa keputusan mengunduh dan menggunakan aplikasi Klik Indomaret adalah keputusan terbaik	(Correia & Tam, 2024) (Hadi Putra et al., 2022).
	<i>I feel happy with the services provided by the X app.</i>	Saya terkesan dengan layanan yang diberikan oleh aplikasi Klik Indomaret.	
Pemenuhan harapan (fulfillment of expectations)	<i>I am satisfied with the services provided by the X application.</i>	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh aplikasi Klik Indomaret.	
	<i>I am satisfied using mobile applications.</i>	Aplikasi Klik Indomaret telah memenuhi ekspektasi saya dalam berbelanja online.	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

3.6 Skala Pengukuran Data

Skala *likert* diterapkan sebagai metode pengukuran pada kuesioner ini. Sugiyono (2017) mengatakan dengan menggunakan skala *likert* peneliti dapat menilai opini, sikap, serta persepsi seseorang/kelompok individu terhadap fenomena yang ada. Dengan digunakannya skala ini, responden menunjukkan derajat kesetujuan dan ketidaksetujuannya terhadap berbagai pertanyaan mengenai sikap, objek, orang, atau peristiwa. Skala ini juga mencakup seperangkat pernyataan hipotesis penelitian (Taherdoost, 2022). Skala *likert-type* yang akan digunakan adalah skala dengan enam poin dengan keterangan seperti tabel di bawah berikut. Skala *likert* enam poin digunakan oleh peneliti untuk menghindari jawaban netral pada setiap pertanyaan yang akan dijawab oleh responden dan memaksa responden untuk memilih kecenderungan sikapnya, sehingga hasil data yang diperoleh menjadi lebih tegas dan tidak bias ke tengah (Chomeya, 2010).

Tabel 3. 6 Skor Skala Likert

Kriteria Jawaban	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Sedikit Tidak Setuju	SDTS	3
Sedikit Setuju	SDS	4
Setuju	S	5
Sangat Setuju	SS	6

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data deskriptif untuk memaparkan deskripsi umum mengenai karakteristik data responden dan nilai masing-masing variabel penelitian yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman awal mengenai pola jawaban responden terhadap setiap indikator variabel. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa analisis deskriptif berguna untuk menggambarkan atau mendeskripsikan objek yang diteliti yang tidak bermaksud menyimpulkan secara universal. Pada penelitian ini, untuk mengolah analisis deskriptif data akan menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

3.7.2 Analisis *Structural Equation Model* – *Partial Least Squares*

Peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan metode SEM-PLS (*Partial Least Square*) dengan aplikasi *SmartPLS* untuk menganalisis sata. SEM-PLS dipilih sebagai metode analisis karena kemampuannya untuk menganalisis model yang rumit terutama pada penelitian yang bersifat eksploratif atau ketika jumlah sampel terbatas. SEM-PLS cocok digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel serta memiliki kelebihan dalam mengelola data yang tidak berdistribusi normal (Nuralam et al., 2024).

3.7.2.1 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

1) Uji Validitas

Ghozali (2016) menyebutkan bahwa sebuah kuesioner dapat dianggap valid hanya jika pertanyaan-pertanyaan yang ada dapat secara efektif mengukur variabel yang dimaksud untuk diidentifikasi. Dengan melihat korelasi antara pertanyaan dan jawaban, bisa disimpulkan uji validitas digunakan untuk mengidentifikasi kebenaran suatu instrumen untuk menentukan apakah elemen pertanyaan tertentu valid atau tidak. Sebelum menguji validitas data utama, instrumen kuesioner diuji coba terhadap 30 individu yang tidak menjadi bagian dari sampel penelitian. Uji coba ini bertujuan agar memastikan bahwa indikator kuesioner dapat mengukur konstruk secara akurat dan konsisten. Validitas konvergen dan diskriminan berikut digunakan untuk menguji SEM-PLS:

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen berarti bahwa sekelompok indikator mampu merepresentasikan satu konstruk laten yang diukur menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) serendah-rendahnya sebesar 0,5 yang menggambarkan bahwa konstruk laten mampu menggambarkan > 50% varian indikator-indikatornya (Narimawati et al., 2020) dan nilai *loading factor* lebih dari 0,7.

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menjelaskan masing-masing variabel laten berbeda satu sama lain. Validitas diskriminan diukur dengan menggunakan dua kriteria, yaitu *cross loading* dan rasio *heterotrait-monotrait* (HTMT) dengan penjelasan berikut:

1) *Cross Loading*

Suatu indikator harus lebih tepat mengukur variabel latennya sendiri dibanding dengan variabel laten lainnya

2) *Heterotrait-Monotrait (HTMT)*

HTMT berguna untuk mengukur sejauh mana keterkaitan antar variabel laten yang diukur menggunakan indikator yang berasal dari konstruk yang berbeda. Nilai HTMT yang ideal yaitu di bawah 0,9 yang berarti memiliki validitas diskriminan tinggi (Narimawati et al., 2020).

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi dari data kuesioner yang diperoleh dari responden yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Reliabilitas berarti sebuah instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena instrumen tersebut sudah dianggap baik (Palagan et al., 2018). Ghazali dalam Palagan et al. (2018) menyatakan bahwa suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Sebelum dilakukan pengujian reliabilitas pada data utama, instrumen kuesioner diuji coba terlebih dahulu kepada 30 responden di luar sampel penelitian. Uji coba ini bertujuan untuk memastikan bahwa indikator-indikator dalam kuesioner dapat mengukur konstruk secara tepat dan konsisten. Dalam SEM-PLS, setiap instrumen dapat dikatakan reliabel jika memenuhi kriteria nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 yang menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam instrumen tersebut dapat dipercaya (Hair et al., 2017).

3.7.2.2 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

1) Uji Multikolinearitas (VIF)

Multikolinearitas diujikan untuk mendeteksi gejala kolinearitas sesama variabel bebas. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan batas maksimum sebesar 5 digunakan dalam pengujian ini (Hair et al., 2017).

2) Nilai *R-Square*

Nilai *R-Square* yang berada antara 0-1, diterapkan untuk menilai kapasitas variabel independen untuk menjelaskan keragaman nilai variabel dependen yang diukur melalui proporsi varians yang dapat diprediksi. Nilai mendekati angka 1 menunjukkan bahwa daya prediksi model semakin baik (Hair et al., 2017).

3) Nilai *F-Square*

Nilai *F-Square* berguna untuk mengevaluasi tingkat perubahan pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Hair et al. (2017) mengatakan nilai 0,02 dapat diartikan memberi dampak kecil, 0,15 memberi dampak sedang, dan nilai 0,35 memberi dampak besar.

4) Nilai *Q-Square*

Nilai *Q-Square* berguna untuk mengevaluasi hubungan antara model struktural dan pengukuran observasi dalam menjelaskan variabel laten endogen. Nilai *Q-Square* lebih dari 0 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediksi yang kuat (Hair et al., 2017).

3.7.2.3 Uji Hipotesis (*Path Coefficient*)

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis melalui metode *bootstrapping* pada SEM-PLS untuk menilai apakah hubungan antar variabel bersifat signifikan. Hipotesis dapat diterima jika nilai *T-statistics* $> 1,96$ dan nilai *P-value* $< 0,05$. Sebaliknya, jika nilai *T-statistics* $< 1,96$ dan nilai *P-value* $> 0,05$ maka hipotesis tidak dapat diterima (Hair et al., 2017).