

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2024 dan berlangsung hingga July 2025. Peneliti memulai pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dengan kriteria yang telah ditentukan, menghitung hasil kuesioner penelitian, hingga menyelesaikan hasil penelitian dalam rentang waktu yang telah dijelaskan.

3.1.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilakukan pada wilayah yang sudah di tentukan, yaitu wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Pemilihan tempat ditentukan berdasarkan pertimbangan dari data kepemilikan *smartphone* di Indonesia pada tahun 2024. Alasan penelitian ini memilih wilayah Jabodetabek karena menurut Statistik Indonesia (2025), DKI Jakarta merupakan wilayah dengan kepemilikan *smartphone* tertinggi kedua di Indonesia setelah Kepulauan Riau dengan jumlah 83,43% dari seluruh penduduk di DKI Jakarta. Jika wilayah penyangga seperti Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi turut diperhitungkan, maka presentase pengguna *smartphone* di kawasan Jabodetabek akan meningkat secara signifikan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi merupakan wilayah yang menjadi tempat generalisasi dan terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik serta kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti, dengan tujuan untuk diteliti dan ditarik kesimpulan. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri khusus, yang kemudian dijadikan bahan kajian oleh peneliti guna memperoleh kesimpulan yang relevan dengan topik penelitian.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pengguna aplikasi Alfagift yang berada di wilayah Jabodetabek, yang dianggap memiliki karakteristik serupa dan relevan dengan topik yang diteliti. Karena jumlah pasti dari pengguna tersebut tidak diketahui secara pasti dan terus berubah, maka populasi dalam penelitian ini digolongkan sebagai populasi *infinite* atau tidak terhingga.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi secara keseluruhan (Ferdinand, 2014). Melalui sampel, peneliti dapat menarik kesimpulan yang dapat diterapkan secara umum pada populasi tersebut. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya dan relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2013). Metode ini dipilih karena tidak semua pengguna aplikasi Alfagift pernah melakukan pembelian melalui aplikasi, sehingga

hanya mereka yang pernah berbelanja lewat aplikasi tersebut yang memenuhi syarat sebagai sampel. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Rentang usia antara 17-44 tahun.
2. Berdomisili di Jabodetabek.
3. Pernah menggunakan aplikasi Alfabeta untuk berbelanja minimal 1 (satu) kali.

Sampel yang digunakan adalah Generasi Y (usia 29–44 tahun) dan Generasi Z (usia 17–28 tahun) karena menurut survei global dari Nielsen (2015), Generasi Y dan Generasi Z akan menjadi pendorong utama pertumbuhan penjualan *e-grocery*, karena kedua generasi tersebut tumbuh beriringan dengan perkembangan teknologi digital. Mengingat peran penting mereka dalam perekonomian di masa depan serta pemahaman terhadap cara mereka memanfaatkan teknologi menjadi hal yang dipertimbangkan. Dalam hal ini, jumlah populasi yang diteliti termasuk dalam kategori populasi *infinite* atau tidak terhingga, dan ukurannya dapat berubah kapan saja. Oleh karena itu, pengambilan sampel dilakukan menggunakan formula yang diusulkan oleh Hair *et al.* (2019). Berdasarkan formula tersebut, ukuran sampel minimum adalah 5-10 kali jumlah indikator variabel yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, jumlah sampel dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Sampel} = 5 \times (\text{Jumlah Indikator})$$

$$\text{Jumlah Sampel} = 5 \times 40 = 200 \text{ Sampel}$$

Perhitungan sebelumnya mengindikasikan bahwa penelitian ini membutuhkan minimal 200 peserta sebagai jumlah sampel. Menurut Ghazali (2015), untuk analisis yang menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), disarankan memiliki jumlah sampel hingga 200. Oleh karena itu, analisis SEM tambahan membutuhkan hasil dari sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

3.2.3 Pengembangan Instrumen

Penelitian ini akan meneliti empat variabel, yaitu *Online Grocery Delivery Service* (X1), *Product Quality* (X2), *Product Knowledge* (X3), dan *Customer satisfaction* (Y). Untuk mengukur keempat variabel ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Customer Satisfaction* (Y)

a. Definisi Konseptual

Customer satisfaction merupakan reaksi atau respons emosional pelanggan yang timbul setelah mereka mengevaluasi pengalaman konsumsi terhadap produk atau layanan, dengan membandingkannya terhadap harapan atau ekspektasi awal.

b. Definisi Operasional

Customer satisfaction diukur berdasarkan kelengkapan dan ketersediaan, kualitas produk yang diterima, kelancaran penggunaan layanan, penilaian terhadap kinerja keseluruhan layanan yang mencakup kesesuaian kinerja dengan harapan dan kedekatan kinerja layanan dengan layanan ideal yang diinginkan pelanggan.

c. Instrumen

Tabel 1.1 Instrumen *Customer satisfaction*

Kode	Instrumen Asli	Instrumen Adptasi	Sumber
CS1	<i>I am satisfied with content available through online ordering portals.</i>	Saya puas dengan kelengkapan dan keberagaman produk yang tersedia di aplikasi Alfagift.	Ganapathi & Abu-Shanab (2020), Marinakou <i>et al.</i> (2023), dan Yilma (2019)
CS2	<i>I am satisfied with the quality of food delivered using online portals.</i>	Saya puas dengan kualitas produk yang saya beli melalui aplikasi Alfagift.	
CS3	<i>I did not face any problems (issues) when using the online portals.</i>	Saya tidak mengalami masalah atau kendala saat menggunakan aplikasi Alfagift.	
CS4	<i>I am satisfied with the overall process of online ordering of food.</i>	Saya puas dengan keseluruhan proses belanja online melalui aplikasi Alfagift.	
CS5	<i>I feel satisfied with kiosk's overall performance.</i>	Saya merasa puas dengan kinerja keseluruhan aplikasi Alfagift.	
CS6	<i>The performance of kiosk's met my expectation.</i>	Kinerja aplikasi Alfagift sesuai dengan harapan saya.	
CS7	<i>The satisfaction level of the kiosk's performance is close to my ideal service from McDonalds.</i>	Tingkat kepuasan saya terhadap kinerja aplikasi Alfagift mendekati layanan ideal yang saya harapkan dari platform <i>e-grocery</i> .	
CS8	<i>The products and services provided by your bank is consistent and satisfactory, therefore you will keep on being a customer.</i>	Produk dan layanan yang disediakan oleh Alfagift konsisten dan memuaskan, oleh karena itu saya akan terus menjadi pengguna Alfagift.	
CS9	<i>Your bank designs its products and services based on customer need; therefore you will keep on being a customer.</i>	Alfagift merancang produk dan layanannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan, oleh karena itu saya akan terus menjadi pengguna Alfagift.	
CS10	<i>Your bank provides user friendly service and latest technology; therefore you will keep on being a customer.</i>	Alfagift menyediakan layanan yang mudah digunakan dan didukung teknologi terbaru, oleh karena itu saya akan terus menjadi pengguna Alfagift.	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

2. *Online Grocery Delivery Services (X1)*

a. Definisi Konseptual

Online Grocery Delivery Services (OGDS) merupakan layanan pengiriman untuk berbelanja yang memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman untuk dikonsumsi di rumah.

b. Definisi Operasional

Online grocery delivery service diukur berdasarkan *delivery time*, *packaging type*, *wise*, *service cost*, dan *tracking*.

c. Instrumen

Tabel 3.2 Instrumen *Online grocery delivery service*

Kode	Instrumen Asli	Instrumen Adaptasi	Sumber
OGDS1	<i>I receive my e-grocery orders at the time slot I have chosen.</i>	Pengiriman pada aplikasi Alfagift dilakukan sesuai dengan waktu yang telah saya tentukan.	Belcore <i>et al.</i> (2024), Childers <i>et al.</i> (2001), and Y. J. Park (2023)
ODGS2	<i>I am glad that I can choose a delivery time that fits my daily schedule.</i>	Alfagift menyediakan pilihan waktu pengiriman yang fleksibel dan sesuai kebutuhan saya.	
ODGS3	<i>The paper packaging gives the impression that the company cares about the environment.</i>	Menurut saya kemasan kertas yang digunakan oleh aplikasi mendukung upaya pengurangan limbah plastik.	
ODGS4	<i>Fresh products are packed in cooler bags that keep them in good condition.</i>	Alfagift menggunakan tempat pendingin selama pengiriman untuk menjaga kualitas produk segar dan beku.	
ODGS5	<i>I don't need to go to the store directly because OGDS meets my grocery needs.</i>	Alfagift mempermudah saya mendapatkan produk tanpa harus pergi ke toko.	
ODGS6	<i>Shopping via OGDS helps me stay more organized in planning my household needs.</i>	Alfagift memudahkan saya merencanakan dan mengatur belanja kebutuhan sehari-hari dengan lebih baik.	

Kode	Instrumen Asli	Instrumen Adaptasi	Sumber
ODGS7	<i>The delivery fees charged for grocery shopping services are reasonable in my opinion.</i>	Pemberlakuan gratis ongkos kirim pada aplikasi Alfagift menarik bagi saya.	
ODGS8	<i>I prefer to shop from e-grocery platforms that offer free delivery services.</i>	Saya lebih memilih berbelanja dari aplikasi Alfagift karena menyediakan layanan gratis ongkos kirim.	
ODGS9	<i>I can easily track the status of my grocery orders through the delivery platform.</i>	Saya dapat dengan mudah melacak status pesanan belanja saya melalui Alfagift.	
ODGS10	<i>The tracking feature makes me feel calmer and more in control of my deliveries.</i>	Fitur pelacakan membuat saya merasa lebih tenang terhadap proses pengiriman pesanan saya.	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

3. *Product Quality* (X2)

a. Definisi Konseptual

Product quality adalah kemampuan suatu barang atau layanan dalam menjalankan fungsinya secara optimal sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memberikan kinerja atau performa yang sesuai dengan harapan, serta mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

b. Definisi Operasional

Product quality diukur melalui beberapa indikator, yaitu *proper*, *clean*, *safe to consume*, *conformance*, dan *Serviceability*.

c. Instrumen *product quality*

Intelligentia - Dignitas

Tabel 3.3 Instrumen *Product Quality*

Kode	Instrumen Asli	Pernyataan	Sumber
PQ1	<i>I consider the quality of fresh produce, meat, and seafood I receive through the one-day delivery service to be acceptable.</i>	Saya merasa produk segar dan beku yang saya terima memenuhi standar kualitas produk yang layak dari segi penampilan.	Garvin (1987) Hsiao dan Chen (2017)
PQ2	<i>I believe that the fresh produce, meat, and seafood delivered via the one-day delivery service meet proper quality standards and conditions.</i>	Saya menilai bahwa produk segar dan beku yang dikirim memenuhi standar dari segi kondisi.	
PQ3	<i>The products offered through the one-day delivery service for vegetables, meat, and seafood arrive in clean condition.</i>	Saya menerima produk segar dan beku dalam kondisi bersih.	
PQ4	<i>The fresh produce, meat, and seafood products I receive are free from dirt, stains, or leftover materials on the packaging.</i>	Produk segar dan beku yang saya terima bebas dari kotoran, noda, atau sisa bahan pada kemasan.	
PQ5	<i>The products offered through the one-day delivery service for fresh vegetables, meat, and seafood are safe to consume.</i>	Saya merasa produk segar dan beku yang saya terima aman untuk dikonsumsi.	
PQ6	<i>The fresh vegetables, meat, and seafood I receive through the one-day delivery service arrive in good condition and show no signs of spoilage.</i>	Tidak ada tanda-tanda pembusukan atau pencairan dari produk segar dan beku yang saya terima.	
PQ7	<i>I receive products that match the description I previously read.</i>	Saya menerima produk yang sesuai dengan informasi yang tertera di aplikasi Alfagift.	
PQ8	<i>I believe this service meets the promised quality standards.</i>	Saya merasa layanan pada aplikasi memenuhi standar yang saya harapkan.	
PQ9	<i>I can easily contact customer support when I encounter problems with the products or service.</i>	Saya merasa aplikasi menyediakan layanan bantuan yang mudah diakses saat saya mengalami kendala.	
PQ10	<i>I receive polite and informative service from the staff when I file a complaint.</i>	Saya dilayani dengan sopan dan informatif oleh <i>customer service</i> saat menyampaikan keluhan.	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

4. *Product Knowledge (X3)*

d. Definisi Konseptual

Product knowledge merupakan pemahaman konsumen terhadap suatu produk yang terbentuk melalui pengalaman, proses psikologis, dan informasi yang tersimpan dalam memori individu.

e. Definisi Operasional

Product knowledge diukur melalui beberapa indikator, yaitu *product attributes*, *functional advantages*, *psychological advantages*, *values acquired*, dan *risks of consuming products*.

f. Instrumen *product knowledge*

Tabel 3.4 Instrumen *Product Knowledge*

Kode	Instrumen Asli	Instrumen Adaptasi	Sumber
PK1	<i>I understand the physical characteristics of the product.</i>	Saya mengenali tampilan produk dari gambar dan deskripsi di aplikasi Alfagift.	Nitisusastro (2012) dan Tawil <i>et al.</i> (2023)
PK2	<i>I see that product attributes such as size and type are clearly communicated.</i>	Saya melihat atribut produk seperti ukuran dan jenis diinformasikan dengan jelas pada deskripsi di aplikasi Alfagift.	
PK3	<i>The products I buy help me meet my household needs.</i>	Produk yang saya beli dari aplikasi Alfagift membantu saya memenuhi kebutuhan sehari-hari.	
PK4	<i>I feel that the products provide direct benefits.</i>	Saya merasa produk yang dibeli melalui aplikasi Alfagift memberikan manfaat dan membantu saya menghemat waktu dan tenaga.	
PK5	<i>Using the products gives me psychological comfort when shopping.</i>	Menggunakan aplikasi Alfagift memberi kenyamanan dalam proses berbelanja.	
PK6	<i>I feel more confident when purchasing the products.</i>	Saya merasa lebih percaya diri ketika membeli produk melalui aplikasi Alfagift.	

Kode	Instrumen Asli	Instrumen Adaptasi	Sumber
PK7	<i>I feel that the products offer added value.</i>	Saya merasa produk dari Alfagift memberi nilai lebih dalam hal kenyamanan.	
PK8	<i>The products I buy provide long-term satisfaction for my needs.</i>	Produk yang saya beli di Alfagift memberi kepuasan jangka panjang untuk memenuhi kebutuhan saya.	
PK9	<i>I understand the possible risks if the products do not match expectations.</i>	Saya mengetahui kemungkinan risiko jika produk tidak sesuai dengan deskripsi di aplikasi Alfagift.	
PK10	<i>I pay attention to product safety information before making a purchase.</i>	Saya memperhatikan informasi keamanan produk sebelum berbelanja di Alfagift.	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah krusial dalam metode ilmiah. Proses ini harus dilakukan secara sistematis dan sesuai dengan standar yang berlaku agar data yang diperlukan dalam penelitian dapat diperoleh dengan baik (Pasolong, 2012). Teknik pengambilan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Menurut Sugiyono (2020) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, di mana pilihan jawaban telah disediakan, sehingga responden hanya perlu memilih salah satu. Untuk menilai hasil kuesioner, peneliti menggunakan Skala likert Penggunaan 6 (enam) poin. Menurut Chomeya (2010) Skala Likert dengan 6 (enam) poin karena dapat menghindari jawaban netral dan dapat mengurangi penyimpangan atau risiko penyimpangan pengambilan

keputusan pribadi dan tidak membebani responden dengan memberikan skor pada setiap pertanyaan, yang terdiri dari:

Tabel 3.5 Skor Kriteria Jawaban

Skor	Kriteria Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Kurang Setuju (KS)
4	Cukup Setuju (CS)
5	Setuju (S)
6	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

3.4 Teknik Analisis Data

Pering (2020) menjelaskan bahwa *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah salah satu metode analisis statistik yang semakin banyak digunakan saat. Styawati *et al.* (2023) menyatakan bahwa SEM adalah teknik analisis multivariat generasi kedua yang mempermudah pemahaman hubungan kompleks antar variabel, baik yang bersifat searah maupun timbal balik, sehingga mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai model secara keseluruhan. Salah satu keunggulan utama SEM, sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2021), adalah kemampuannya untuk menangani model yang kompleks sambil mempertimbangkan potensi kesalahan pengukuran pada indikator.

Usman *et al.* (2024) mendeskripsikan SEM sebagai pendekatan analisis multivariat yang mengintegrasikan analisis faktor dan regresi (korelasi) untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel, sehingga menghasilkan informasi atau

hasil yang lebih akurat. Risnandar (2022) menambahkan bahwa SEM memungkinkan analisis jalur yang melibatkan variabel laten. *Partial Least Squares* (PLS) merupakan salah satu pendekatan dalam *Structural Equation Modeling* (SEM), dikenal sebagai teknik analisis yang fleksibel dan sering disebut sebagai "model lunak" karena tidak bergantung pada asumsi-asumsi ketat, seperti distribusi normal *multivariat* dan tidak adanya *multikolinieritas* antar variabel eksogen, yang biasanya menjadi persyaratan dalam regresi *Ordinary Least Squares* (OLS). PLS-SEM digunakan untuk menilai hubungan prediktif antara *konstruk* tanpa memerlukan landasan teori yang kuat, mengabaikan beberapa asumsi parametrik, serta mengevaluasi kesesuaian model prediksi melalui koefisien determinasi (*R-Square*). Dengan demikian, PLS-SEM sangat sesuai untuk penelitian yang bertujuan mengembangkan teori.

3.4.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan pendapat Sugiyono, (2016), analisis deskriptif merupakan metode analisis yang menggunakan data yang diperoleh dari responden, disajikan dalam bentuk tabel, serta digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan variabel-variabel penelitian. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan menguraikan hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh responden pada pengguna Alfagift, yang berisi *mean*, *median*, *modus*, dan *range*.

3.4.2 Outer Model

Outer model atau *measurement model* menggambarkan hubungan antara *konstruk* laten dan indikator-indikatornya. Model ini mendeskripsikan karakteristik *konstruk* melalui variabel manifestasinya.

1. *Convergent validity*

Validitas konvergen mengukur seberapa besar korelasi antara *konstruk* dan variabel laten yang terkait. Validitas ini dapat dinilai melalui reliabilitas masing-masing indikator, yang tercermin dari nilai beban faktor (*factor loading*). Nilai beban faktor menunjukkan seberapa kuat hubungan antara setiap indikator dan *konstruk*nya. Indikator dianggap valid jika nilai beban faktornya lebih besar dari 0,7.

2. *Discriminant validity*

Validitas diskriminan dapat dinilai dengan membandingkan nilai validitas tersebut dengan akar kuadrat dari rata-rata varian yang diekstraksi, atau *Average Variance Extracted* (AVE). Evaluasi model dilakukan dengan memeriksa *cross loading* pada *konstruk* yang bersangkutan. Apabila korelasi antara indikator dan *konstruk*nya lebih tinggi daripada korelasi dengan *konstruk* lainnya, maka *konstruk* laten tersebut dianggap lebih mampu dalam memprediksi indikatornya. Validitas diskriminan dianggap memadai jika nilai AVE melebihi korelasi antar *konstruk*.

3. Uji reliabilitas

Keandalan *konstruk* yang diukur dengan indikator reflektif bisa diuji melalui dua metode, yaitu *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Sering kali

Cronbach's Alpha cenderung memberikan nilai estimasi keandalan yang lebih rendah, sehingga lebih dianjurkan untuk menggunakan *Composite Reliability* dalam menilai keandalan suatu *konstruk*. Menurut Irwan dan Adam (2015), nilai AVE yang disarankan adalah lebih dari 0,5. Selain itu, Risnandar (2022) menyatakan bahwa uji reliabilitas dalam PLS juga dapat diperkuat melalui penggunaan *Cronbach's Alpha*, yang menguji konsistensi jawaban setiap indikator. *Cronbach's Alpha* dinilai baik jika nilainya $\geq 0,70$, sedangkan *Composite Reliability* dianggap memadai jika nilainya juga $\geq 0,70$.

3.4.3 Inner Model

1. *Variance Inflation Factor* (VIF)

Susanti & Saumi (2022) menjelaskan bahwa *Multicollinearity* digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan linier yang kuat atau hampir sempurna antara variabel bebas dalam model regresi, yang dapat dilihat melalui VIF. *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk mengukur tingkat korelasi antar variabel. *Multikolinearitas* dianggap ada jika nilai VIF melebihi 10 dan/atau nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,01.

2. *Direct Hipotesis*

Hipotesis langsung adalah dugaan atau pernyataan hubungan sebab-akibat secara langsung antara dua variabel, tanpa melalui variabel perantara (mediator).

3.4.4 Uji Kualitas Model

1. *R-Square*

Dalam menilai model struktural dengan PLS, dimulai dengan melihat nilai *R-Squares* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai *R-Squares* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali & Latan, 2015: 78). Menurut Chin (2015) nilai *R-Squares* 0,67, 0,33, dan 0,19 menunjukkan model kuat, moderat, dan lemah. Nilai *R-Square* pada *konstruk* endogen. Nilai *R-Square* adalah koefisien determinasi pada *konstruk* endogen Andreas Wijaya (2019). Menurut Hair *et al.* (2019) menyatakan 0.75 (kuat), 0.5 (kuat), dan 0.25 (lemah).

2. *Q-Square*

Q-square adalah ukuran yang digunakan dalam analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk mengevaluasi kemampuan prediktif model terhadap variabel dependen. Nilai *Q-square* diperoleh melalui teknik *blindfolding* dan mencerminkan seberapa baik variabel independen dalam model mampu memprediksi nilai variabel dependen. Jika nilai *Q-square* lebih besar dari 0, maka model dianggap memiliki relevansi prediktif; sebaliknya, jika *Q-square* kurang dari atau sama dengan 0, maka model tidak memiliki kemampuan prediksi. Semakin tinggi nilai *Q-square*, semakin baik kualitas prediksi model terhadap variabel dependen atau endogen dalam model tersebut.