

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat yang peneliti pilih untuk dijadikan lokasi penelitian ialah daerah Jakarta. Dengan rentang waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah bulan November 2019 sampai dengan Januari 2020

#### **3.2 Metode Penelitian**

Desain metode yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif karena memandang bahwa realitas/fenomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2010). Penelitian ini akan melakukan pengujian terhadap pengaruh dari variabel independen yaitu *purchase intention* terhadap variabel *dependent* yaitu *consumer innovativeness, subjective norm, attitude toward behavior, perceived behavioral control*.

#### **3.3 Populasi & Sampling**

##### **3.3.1 Populasi**

*“Population refers to the entire group of people, events, or things of interest that the researcher wishes to investigate”* (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 262).

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang berada di Jakarta, Indonesia. Generasi milenial merupakan generasi yang lahirnya berkisar antara

1982 sampai dengan 2002 (Ali & Purwandi, 2017). Sehingga generasi milenial saat ini ialah mereka yang berusia 17-36 tahun. Karakteristik populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah mereka yang belum membeli atau sedang mempertimbangkan pembelian terhadap sedotan ramah lingkungan yaitu sedotan *stainless steel*.

Jenis populasi yang akan diteliti ialah populasi *infinite* yaitu objek dengan ukuran yang tidak terhingga. Hal ini dikarenakan peneliti belum mengetahui dengan pasti jumlah generasi milenial yang berada di Jakarta, Indonesia.

### 3.3.2 Sample

“ *Sample is a subset of the population. It comprises some members selected from it*” (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 263). Metode *sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah *purposive* sampling yaitu pengumpulan informasi dari anggota populasi yang siap untuk menyediakannya.

Menurut Hair *et al.* (2010), terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan ukuran sampel dalam analisis SEM, yaitu:

1. Ukuran sampel 100 – 200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood* (ML)
2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedoman nya adalah 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi
3. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100 – 200
4. Jika sampel nya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu.

Sesuai dengan pernyataan Hair *et al.* (2010) yang menyarankan ukuran sampel 100 – 200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood* (ML), hal ini telah memenuhi syarat minimal sampel. Maka peneliti akan menggunakan sampel berjumlah 200 sampel pada penelitian ini.

### 3.4 Teknik Pengumpulan data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer menurut Malhotra (2010) adalah “*data originated by the researcher specifically to address the research problem*”. Sumber data primer didapatkan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada responden untuk mendapatkan informasi mengenai variabel-variabel yang sedang diteliti.

Metode yang digunakan pada penelitian ini untuk pengumpulan data adalah metode survei. Penelitian dengan metode survei yaitu dengan menggunakan kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan informasi berdasarkan pernyataan-pernyataan yang telah diajukan.

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yakni *consumer innovativeness* sebagai variabel bebas  $X_1$ , dan *perceived behavioral control* sebagai variabel bebas  $X_2$ , variabel intervening yaitu *attitude toward behavior* sebagai variabel *intervening*  $Y_1$  dan *subjective norm* sebagai variabel *intervening*  $Y_2$ , dan variabel terikat yaitu *purchase intention* sebagai variabel terikat  $Z$ .

#### 3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel menurut Seakaran & Bougie (2010) adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai-nilai dapat berbeda pada waktu yang berbeda untuk objek atau orang yang sama, atau waktu yang sama pada

objek yang berbeda. Dalam metode SEM menggunakan variabel laten, yaitu variabel-variabel yang tidak dapat diobservasi, sehingga tidak dapat diukur secara langsung. Pengamatan pada variabel laten melalui efek pada variabel terobservasi. Variabel terobservasi adalah indikator-indikator yang dapat diukur. Menurut (Ghozali & Latan, 2015) Variabel laten berdasarkan fungsinya dibagi menjadi dua yaitu:

1. Variabel Eksogen: suatu variabel yang tidak dapat dipengaruhi oleh variabel lain atau dalam model regresi disebut dengan variabel independen/variabel bebas. Variabel eksogen dalam penelitian ini terdiri dari *consumer innovativeness, attitude toward behavior, subjective norms* dan *perceived behavioral control*
2. Variabel Endogen: variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain atau dapat disebut sebagai variabel terikat. Variabel yang merupakan suatu nilai atribut atau sifat dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk penelitian. Variabel endogen dalam penelitian ini ialah *purchase intention, attitude toward behavior* dan *subjective norms*

### 3.5. Operasional variabel

Tabel III. 1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Indikator Adaptasi	Sumber
<p><i>Purchase Intention</i> merupakan keinginan seorang konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang tersembunyi dalam benak konsumen. (Nasution, 2014)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>I will consider buying products because they are less polluting in coming times</i></li> <li>2. <i>I will consider switching to environmental friendly brands for ecological reasons.</i></li> <li>3. <i>I plan to spend more on environmental friendly product rather than conventional product.</i></li> <li>4. <i>I expect to purchase product in the future because of its positive environmental contribution</i></li> <li>5. <i>I definitely want to purchase green products in near future</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertimbangkan membeli produk ramah lingkungan karena mereka mengurangi polusi di masa mendatang</li> <li>2. Mempertimbangkan beralih ke produk ramah lingkungan untuk alasan ekologis</li> <li>3. Berencana untuk menghabiskan lebih banyak untuk produk ramah lingkungan daripada produk konvensional</li> <li>4. Membeli produk ramah lingkungan dengan harapan kontribusi lingkungan di masa depan yang positif</li> <li>5. Pasti ingin membeli produk ramah lingkungan di masa depan</li> </ol>	(Chaudhary & Bisai, 2018)
<p><i>Consumer Innovativeness is The consumer's tendency to adopt new products, ideas, goods or services</i> “(Hirschman, 1980, hal. 288)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>I often seek out information about new products and brands</i></li> <li>2. <i>I like to go to places where I will be exposed to information about new products and brands</i></li> <li>3. <i>I frequently look for new products and services</i></li> <li>4. <i>I am continually seeking new product experiences</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sering mencari informasi tentang produk baru</li> <li>2. Suka pergi ke tempat-tempat di mana akan terpapar informasi tentang produk dan merek baru</li> <li>3. Sering mencari produk dan layanan baru</li> <li>4. Terus mencari pengalaman produk baru</li> </ol>	(Peštek, Agic, & Cinjarevic, 2018)



Variabel	Indikator	Indikator Adaptasi	Sumber
Sikap terhadap perilaku ( <i>attitude toward behavior</i> ) merupakan evaluasi secara positif atau negatif terhadap suatu benda, orang, instansi, kejadian, perilaku atau niat (Ajzen, 1991)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>I think practicing green purchase is righteous</i></li> <li>2. <i>I think practicing green purchase is valueable</i></li> <li>3. <i>I think practicing green purchase is delightful</i></li> <li>4. <i>I think it's wise to practice green purchase</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membeli produk ramah lingkungan adalah suatu hal yang benar</li> <li>2. Membeli produk ramah lingkungan adalah suatu hal yang bernilai</li> <li>3. Membeli produk ramah lingkungan adalah suatu hal yang menyenangkan</li> <li>4. Membeli produk ramah lingkungan adalah suatu hal yang bijaksana</li> </ol>	(Muzaffar, 2015)
Norma subjektif merupakan persepsi seseorang akan adanya tekanan dari lingkungan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>My family think that I should purchase green products rather than normal products</i></li> <li>2. <i>My close friends think that I should purchase green products rather than normal products</i></li> <li>3. <i>Most people who are important to me think I should purchase</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keluarga saya berpikir bahwa saya harus membeli produk hijau daripada produk normal</li> <li>2. Teman dekat saya berpikir bahwa saya harus membeli produk ramah lingkungan dari produk normal</li> <li>3. Kebanyakan orang yang penting bagi saya berpikir saya harus membeli produk hijau</li> </ol>	(Maichum <i>et al.</i> , 2016)
<i>Perceived behavioral control</i> , merupakan penilaian atas kemudahan melakukan suatu tindakan dengan keterampilan sumber daya, dan peluang yang diperlukan orang tindakan tersebut. (Ajzen, 1991)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>I am confident that I can purchase green products rather than normal products when I want</i></li> <li>2. <i>I see myself as capable of purchasing green products in future</i></li> <li>3. <i>I have resources, time and willingness to purchase green products</i></li> <li>4. <i>There are likely to be plenty of opportunities for me to purchase green products</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yakin bahwa dapat membeli produk ramah lingkungan daripada produk normal produk ketika saya inginkan</li> <li>2. Melihat diri saya mampu membeli produk ramah lingkungan di masa depan</li> <li>3. Memiliki sumber daya, waktu, dan kemauan untuk membeli produk ramah lingkungan</li> <li>4. Mungkin ada banyak peluang bagi untuk membeli produk hijau</li> </ol>	(Maichum <i>et al.</i> , 2016)

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

### 1.3.1 Skala pengukuran

Penelitian ini akan menggunakan kuesioner dengan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang tercantum pada kuesioner. Menurut Sugiyono (2017) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.” *The likert scale is designed to examine how strongly subjects agree or disagree with statements on five point scale*” (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 152)

**Tabel 3. II Skala Pengukuran**

Pilihan Jawaban		Bobot
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Biasa Saja	BS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Hair et al, (2010)

### 3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Menurut Sugiyono (2017), kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Tujuan dari analisis data adalah untuk menginterpretasikan data dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan sederhana. Dalam proses analisis ini digunakan metode-metode statistik. Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak (*software*) SEM (*Structural Equation Modeling*) AMOS versi 21.

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah “*undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristics of the variables of interest in a situation*” (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 137). Dalam penelitian ini analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan statistik-statistik *univariate* seperti rata-rata, median, modus, deviasi standar, varian, dan lain-lain. Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi.

### 3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas penelitian merupakan derajat kesesuaian hasil penelitian dengan keadaan sebenarnya. Validitas soal berkaitan dengan kesesuaian antara suatu soal dengan soal lain. Sedangkan validitas alat ukur merujuk pada kecermatan ukurannya suatu tes (Suryabrata & Sumadi, 2004). Pengukuran validitas sangat penting dilakukan dalam penilaian kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Menurut Malhotra (2010) validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel.

Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu *item* dan untuk menentukan apakah suatu *item* layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu *item* yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu *item* dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Menurut Hair *et al.* (2010) untuk melihat



korelasi dalam validitas maka digunakan analisis faktor (*factor analysis*). *Factor analysis* merupakan metode *multivariate* yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki ketertarikan satu sama lain. *Factor analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*).

EFA adalah pendekatan yang bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang terkandung dalam variabel-variabel pengamatan tanpa penentuan teori pengukuran yang mengaturnya. Sedangkan CFA adalah pendekatan yang sudah memiliki teori pengukuran yang mengatur hubungan antara variabel-variabel pengamatan dan faktor-faktor yang diberikan dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk melakukan pengujian suatu teori pengukuran yang diberikan dalam rangka membandingkan teoritis dengan hasil empiris atau pengamatan.

Sedangkan reliabilitas adalah “*a measure indicates the extent to which it is without bias ( error free) and hence ensures consistent measurement across time and across the various items in the instrument*” (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 160).

. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika instrumen tersebut tetap konsisten atau stabil pada hasil yang relatif sama walaupun pengukuran tersebut diulang kembali. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 dapat dikatakan baik.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan

nilai mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika  $\geq 0,700$ .

Pengujian reliabilitas menurut Priyatno (2010) instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right)$$

dimana

$r_{11}$  : reliabilitas instrumen

$\sigma_b^2$  : jumlah varians butir

$k$  : banyaknya butir pertanyaan

$\sigma^2$  : jumlah varians total

### 3.6.3 Uji Kesesuaian Model

Latan (2012) menjelaskan terciptanya *software* (piranti lunak) *Structural Equation Modeling* (SEM) berawal dari dikembangkannya *Analysis Covariance* oleh Joreskog (1973), Keesling (1972) dan Wiley (1973). *Software* SEM pertama yang dihasilkan adalah LISREL (*Linear Structural Relationship*) oleh Karl Joreskog dan Dag Sorbom (1974). Tujuan utama dari perkembangan *software* SEM waktu itu untuk menghasilkan alat analisis yang lebih powerful sehingga mampu menjawab berbagai masalah penelitian yang lebih komprehensif. SEM mampu menjelaskan keterkaitan variabel secara kompleks dan serta efek langsung maupun tidak langsung dari satu atau beberapa variabel terhadap variabel lainnya (Zainal & Tony, 2012).

Peneliti menggunakan perangkat lunak (*software*) SEM AMOS untuk menganalisis data, Pada SEM (*Structural Equation Modeling*) AMOS

menyediakan banyak fitur untuk menggambar model di kanvas yang telah disiapkan pada program *AMOS Graphic*.

Menurut Santoso (2011), terdapat beberapa alat uji model pada SEM (*Structural Equation Modeling*) yang terbagi menjadi tiga bagian, yakni *Absolute Fit Indices*, *Incremental Fit Indices*, dan *Parsimony Fit Indices*.

*Absolute fit indices* merupakan pengujian yang akan membandingkan secara langsung matriks kovarians sampel dengan estimasi, dengan demikian alat uji golongan ini adalah dasar dari semua alat uji yang lain. Salah satu alat uji *goodness of fit* utama pada *absolute fit indices* adalah Chi-square ( $\chi^2$ ) yang merupakan alat utama pengujian *measurement model*.

*Incremental fit indices* merupakan pengujian yang akan membandingkan model tentu dengan *null model*, yakni model yang mempunyai asumsi bahwa semua indikator (*observed variables*) tidak berkorelasi satu dengan lainnya. Alat uji yang digunakan tetap Chi-square, hanya nanti hasil perhitungan Chi-square akan dibandingkan (relatif) terhadap *null model* (disebut pula dengan istilah *baseline model*). Sedangkan *parsimony fit indices* membandingkan model yang kompleks dengan model sederhana (*parsimony* atau ringkas).

Sanusi (2011) menyatakan bahwa ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk menguji apakah model SEM layak atau tidak. Yang pertama adalah dengan menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak bisa terjadi pada bagian model struktural atau pada model pengukuran. Langkah berikutnya adalah melakukan uji kecocokan berdasarkan *fit indices*. *Fit Indices* pada SEM terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. *Absolute Fit Indices*
2. *Incremental Fit Indices*
3. *Parsimony Fit Indices*

*Absolute Fit Indices* merupakan pengujian yang paling mendasar pada SEM dengan mengukur model fit secara keseluruhan baik model struktural maupun model pengukuran secara bersamaan. Alat ukur pada *Absolute Fit Indices* biasanya yaitu:

1. *Chi-Square*

*Chi-Square* merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur *overall fit*. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi-square* rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* (*CMIN*) maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas ( $p$ ) dengan *cut off value* sebesar  $p > 0,05$ . Kekurangan dari *Chi-Square* ini adalah sifatnya yang sensitif terhadap besarnya jumlah sampel yang digunakan. Bila jumlah sampel yang digunakan cukup besar yaitu lebih dari 200 sampel, maka nilai *chi-square* akan naik dan berpeluang untuk menolak hipotesis nol. Besar atau kecilnya sampel akan mempengaruhi *chi-square*. Oleh karena itu penggunaan *chi-square* dapat sesuai dan efektif bila ukuran sampel berkisar antara 100 hingga 200.

2. *RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)*

RMSEA adalah satu alat ukur yang wajib digunakan dalam uji kecocokan model. Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA dapat dikatakan baik apabila  $\leq 0,08$

maka direkomendasikan sebagai pedoman untuk menyatakan model dapat diterima.

3. *GFI (Goodness of Fit Index)*

GFI merupakan nilai yang tidak memiliki acuan signifikansi. Model akan dikatakan *fit* terhadap data jika berada di rentang nilai antara mendekati 1,0 atau tidak fit yaitu mendekati 0. Diharapkan GFI mendapat nilai diatas 0,90 sehingga dapat dikatakan model sudah fit dengan data.

4. *AGFI (Adjusted Goodness-of-Fit Index)*

Indeks ini merupakan pengembangan dari *Goodness Fit Of Index* (GFI) yang telah disesuaikan dengan *ratio* dari *degree of freedom*. Nilai yang direkomendasikan adalah  $AGFI \geq 0.90$  semakin besar nilai AGFI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model.

5. *CMIN/DF*

CMIN/DF dihasilkan dari statistik *chi-square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model. CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar  $\leq 2,00$  yang menunjukkan adanya penerimaan dari model.

Setelah pengujian *Absolute Fit Indicates*, selanjutnya adalah menguji *Incremental Fit Indicates*. Jika ukuran *Incremental Fit Indicates* sudah terpenuhi, umumnya model yang diajukan sudah *fit*. Ukuran yang digunakan biasanya yaitu:

6. *Tucker Lewis Index (TLI)*



TLI adalah nilai yang membandingkan model yang sedang diuji dengan *baseline* modelnya. Nilai  $TLI \geq 0,95$  direkomendasikan untuk menerima sebuah model yang diuji.

#### 7. CFI (*Comparative Fit Index*)

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks CFI berada pada rentang 0-1, dimana semakin mendekati satu mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar  $\geq 0,95$ . Dalam pengajuan model, indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi juga oleh kerumitan model.

Setelah melakukan *Incremental Fit Indicates*, selanjutnya adalah *Parsimonious Fit Measures*, fungsinya adalah untuk melakukan *adjustment* terhadap pengukuran *fit* untuk dapat diperbandingkan antar model penelitian.

**Tabel III. III Goodness Of Fit Indices**

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-Off Value</i>
<i>Chi-Square</i>	Diharapkan kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber : (Sanusi, 2011)

## 2.2 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan uji kesesuaian model, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel penelitian. Hasil uji hipotesis hubungan di antara variabel ditunjukkan dari nilai *regression weight* pada kolom (nilai) CR (di mana identik dengan ( $t_{hitung}$ ) yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (di mana identik dengan ( $t_{tabel}$ ) pada level signifikansi tertentu.

Dalam menguji hipotesis mengenai hubungan kausalitas antar variabel yang ada dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis. Kriteria pengujian adalah memperhatikan nilai probabilitas ( $p$ ) dari nilai koefisien lamda ( $\lambda$ ), jika nilai  $p$  lebih kecil dikembangkan pada dari nilai (0,05) atau nilai CR lebih besar dari 1.96 maka indikator tersebut dapat dikatakan signifikan.

