

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Informasi diperoleh dari survei menggunakan kuesioner yang diberikan kepada semua responden. Data numerik dikumpulkan melalui alat ukur dan statistik, lalu dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian kuantitatif bertujuan menguji hipotesis atau teori dengan data yang terukur dan terhitung. Menurut (Sugiyono, 2017) explanatory research bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel yang diteliti. Peneliti menerapkan jenis penelitian ini untuk menguji hipotesis yang diajukan, dengan harapan dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat dalam hipotesis. Penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah yang terstruktur untuk mempelajari fenomena dan hubungan sebab akibatnya. Peneliti mengumpulkan data terukur melalui teknik statistik, matematika, atau komputasi, dan dianalisis dengan kerangka kerja matematika dan teori-teori kuantitatif untuk menghasilkan kesimpulan (Jannah, 2016).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian yang ditargetkan adalah para pengguna Shopee Live Indonesia yang merupakan fitur live streaming di platform e-commerce Shopee, dimana para pengguna ini gemar melakukan belanja online dan merupakan konsumen produk Somethinc. Somethinc merupakan brand produk kecantikan lokal di Indonesia.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) populasi adalah kumpulan objek, peristiwa, atau fenomena yang menjadi fokus penelitian dan ingin digeneralisasikan oleh peneliti. Peneliti tidak hanya menghitung jumlah objek atau peristiwa, tetapi juga mempelajari

semua karakteristik dan sifatnya. Dalam penelitian, populasi diwakili oleh sampel untuk mendapatkan kesimpulan yang dapat diaplikasikan pada populasi secara keseluruhan. Populasi merupakan keseluruhan objek atau subyek yang diteliti, memiliki ciri dan sifat tertentu yang ditentukan peneliti, dan menjadi dasar penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2017).

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang mewakili karakteristik dan sifat-sifatnya. Ketika populasi besar dan tidak memungkinkan untuk mempelajari semua anggotanya, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Hal ini dilakukan karena keterbatasan dana, tenaga, waktu. Sampel yang dipilih haruslah representatif sehingga dapat mewakili populasi secara keseluruhan (Jannah, 2016). Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) sampel terdiri dari berbagai kelompok orang, wilayah, objek, atau peristiwa yang diambil dari populasi tertentu. Populasi di sisi lain adalah keseluruhan kelompok yang ingin dipelajari oleh peneliti. Sampel dipilih dari populasi untuk mewakili karakteristik dan sifat-sifatnya secara keseluruhan. Berikut penjelasan dari populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3.1 Populasi

Penelitian ini berfokus pada pengguna platform Shopee Live streaming yang membeli produk Somethinc. Alasan memilih Shopee Live adalah karena termasuk kedalam platform e-commerce terpopuler saat ini yang memfasilitasi transaksi jual beli online. Selain itu pengguna Somethinc memiliki potensi untuk melakukan pembelian secara impulsif, terutama saat menonton konten promosi di Shopee Live streaming. Oleh karena itu pemasar perlu mendapatkan informasi yang lebih komprehensif terkait perilaku pembelian impulsif produk Somethinc, serta merancang strategi jangka panjang untuk mempertahankan perilaku pembelian impulsif ini dan mendukung keberlangsungan bisnis mereka.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *Non Probability Sampling*, dimana peneliti memilih sendiri unit sampel berdasarkan penilaiannya dan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Metode sampel yang dipilih oleh peneliti dalam pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara menentukan sampel yang memiliki kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan beberapa kriteria sebagai berikut :

1. Pria/Wanita
2. Minimal usia 17 tahun
3. Pengguna aktif Shopee Indonesia
4. Pengguna yang pernah menonton fitur belanja live streaming pada Shopee
5. Pengguna yang memiliki pengalaman belanja produk Somethinc di Shopee Live

Dalam pengambilan sampel, karena jumlah populasi/konsumen tidak diketahui maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

Z = Tingkat kepercayaan (95% = 1,96)

p = Proporsi maksimal nilai (0,5)

d = Tingkat kesalahan (10% = 0,1)

Maka perhitungan secara sistematis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \text{ atau dapat dibulatkan menjadi } 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang didapatkan untuk memudahkan penelitian digenapkan menjadi 96 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep atau karakteristik yang dapat diamati atau diukur dan menunjukkan potensi perubahan sepanjang penelitian. Dalam ranah penelitian, variabel berfungsi sebagai aspek yang dapat diukur dari suatu objek yang diteliti. Penelitian kuantitatif secara khusus mengeksplorasi hubungan sebab akibat antar yang melibatkan variabel bebas dan terikat. Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderasi yang didefinisikan menurut Sugiyono (2019) dalam (Cahyani, 2020) sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah faktor yang memengaruhi variabel dependen, baik secara positif maupun negatif. Variabel ini memberikan penjelasan tentang cara menyelesaikan masalah dalam penelitian. Variabel independen juga disebut sebagai variabel prediktor, eksogen, atau bebas. Tujuan penelitian adalah menjelaskan atau memprediksi variasi yang terjadi pada variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Variabel independen merupakan representasi dari fenomena yang digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Profesionalisme Streamer

Profesionalisme Streamer merupakan variabel independen atau variabel bebas yang mempengaruhi dan menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Variabel Profesionalisme Streamer dilambangkan dengan (X) atau (X1) yang berarti variabel independen pertama. Menurut (Hobbes & Kwak, 2019)

profesionalisme streamer mengacu pada serangkaian atribut dan perilaku yang menunjukkan komitmen terhadap kualitas, etika, dan standart industri yang tinggi dalam aktivitas live streaming. Adapun indikator dari variabel Profesionalisme Streamer dalam penelitian ini adalah daya tarik, kredibilitas, dan keahlian.

b. Flash Sale

Flash Sale merupakan variabel independen atau variabel bebas yang mempengaruhi dan menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Variabel Flash Sale dilambangkan dengan (X) atau (X₂) yang berarti variabel independen kedua. Menurut (Wang & Chen, 2020) Flash Sale adalah strategi online yang menawarkan produk dengan harga diskon besar untuk waktu yang terbatas yang tujuannya untuk menciptakan rasa urgensi dan mendorong konsumen untuk membeli dengan cepat. Adapun indikator dari variabel Flash Sale dalam penelitian ini adalah discount, frequenchy, duration, availability, attractive.

c. Kualitas Produk

Kualitas Produk merupakan variabel independen atau variabel bebas yang mempengaruhi dan menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Variabel Kualitas Produk dilambangkan dengan (X) atau (X₃) yang berarti variabel independen ketiga. Menurut (Widyana & Naufal, 2018) kualitas produk adalah gabungan atribut dari berbagai tahap, mulai dari pemasaran hingga pemeliharaan yang membuat produk yang di harapkan memenuhi harapan-harapan pelanggan. Adapun indikator dari kualitas produk dalam penelitian ini adalah performa, keunggulan, keterampilan, kecocokan, dan keindahan.

2. Variabel Dependen

Berdasarkan variabel dependen disebut juga sebagai variabel terikat, endogen, atau konsekuen merupakan faktor utama yang menjadi fokus perhatian peneliti dalam sebuah penelitian. Variabel ini mencerminkan inti permasalahan dan tujuan penelitian. Variabel dependen merupakan masalah yang ingin dipecahkan oleh

peneliti atau tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian. Dalam sebagian besar penelitian, variabel dependen ditekankan karena merupakan fenomena yang akan dijelaskan dan dianalisis.

a. Pembelian Impulsif

Pembelian Impulsif merupakan variabel dependen atau variabel terikat yang mengalami perubahan atau dipengaruhi oleh perubahan pada variabel independen. Pembelian Impulsif dilambangkan sebagai variabel (Y). Menurut (Engell & Burke, 1988) pembelian impulsif adalah pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan yang matang dan sering kali didorong oleh emosi, seperti keinginan untuk memiliki produk tersebut. Adapun indikator dari variabel Pembelian Impulsif dalam penelitian ini adalah spontanitas, kompulsif, ketidakpedulian akan akibat.

3. Variabel Moderasi

Variabel moderasi atau variabel kontigensi adalah faktor yang dapat memperlemah atau memperkuat hubungan antara variabel independen dan dependen. Jika variabel ini memperkuat hubungan kedua variabel tersebut dampaknya disebut "*amplifying effect*". Sebaliknya jika memperlemah hubungan disebut "*moderating effect*". Peranan variabel moderasi menentukan kuat atau lemahnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Perceived Value

Perceived Value sebagai variabel moderasi yang dapat memperlemah atau memperkuat pengaruh serta hubungan antara variabel-variabel yang terkait. Perceived Value dapat dilambangkan menjadi variabel (Z). Menurut (Zeithaml, 1988) perceived value adalah penilaian konsumen terhadap manfaat fungsionalitas, emosional, dan sosial yang dirasakan dari produk atau layanan dalam perbandingan dengan alternatif lain. Adapun indikator dari variabel Perceived Value dalam penelitian ini adalah emosional, sosial, kualitas, dan harga.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Profesionalisme Streamer (X1)	Menurut (Hobbes & Kwak, 2019) profesionalisme streamer mengacu pada serangkaian atribut dan perilaku yang menunjukkan komitmen terhadap kualitas, etika, dan standart industri yang tinggi dalam aktivitas live streaming.	1. Daya Tarik 2. Kredibilitas 3. Keahlian
2	Flash Sale (X2)	Menurut (Wang & Chen, 2020) Flash Sale adalah strategi online yang menawarkan produk dengan harga diskon besar untuk waktu yang terbatas yang tujuannya untuk menciptakan rasa urgensi dan mendorong konsumen untuk membeli dengan cepat.	1. Discount 2. Frequenchy 3. Duration 4. Availability 5. Attractive
3	Kualitas Produk (X3)	Menurut (Widyana & Naufal, 2018) kualitas produk adalah gabungan atribut dari berbagai tahap, mulai dari pemasaran hingga pemeliharaan yang membuat produk yang di harapkan memenuhi harapan-harapan pelanggan.	1. Performa 2. Keunggulan 3. Keterampilan 4. Kecocokan 5. Keindahan

No	Variabel	Definisi	Indikator
4	Pembelian Impulsif (Y)	Menurut (Engell & Burke, 1988) pembelian impulsif adalah pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan yang matang dan sering kali didorong oleh emosi, seperti keinginan untuk memiliki produk tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spontanitas 2. Kompulsif 3. Ketidakpedulian akan akibat
5	Perceived Value (Z)	Menurut (Zeithaml, 1988) perceived value adalah penilaian konsumen terhadap manfaat fungsionalitas, emosional, dan sosial yang dirasakan dari produk atau layanan dalam perbandingan dengan alternatif lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Emosional 2. Sosial 3. Kualitas 4. Harga

Sumber :Data diolah peneliti, 2024

3.5 Sumber Data

1. Data Primer

Dalam (Kriyantono, 2020) mendefinisikan data primer sebagai informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber utama, seperti partisipan penelitian, tanggapan kuesioner, observasi, dan wawancara. Untuk memastikan validitas temuan, penelitian ini memerlukan setidaknya 96 partisipan yang akan mengisi kuesioner online. Kuesioner akan dibagikan kepada pria dan wanita yang memiliki pengalaman berbelanja produk Somethinc di Shopee Live.

2. Data Sekunder

Dalam (Kriyantono, 2020) data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber tidak langsung atau pihak kedua. Data ini biasanya digunakan untuk melengkapi dan memperkaya temuan data primer. Dalam penelitian ini sumber data sekunder berupa jurnal ilmiah, buku dan artikel online.

3.6 Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Kuesioner berisi serangkaian pertanyaan yang harus dijawab oleh responden, ini berarti semua individu atau kelompok yang menjadi sasaran penelitian akan dilibatkan dalam pengisian kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner harus relevan dengan konteks penelitian, hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang komprehensif dan representatif. Metode pengumpulan data adalah survei online dengan cara menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Kuesioner ditujukan kepada 96 responden sebagai pengguna aktif Shopee Live yang pernah membeli produk Somethinc minimal sekali, sehingga mereka merupakan target dari penelitian ini. Kuesioner dibagi menjadi dua bagian yang pertama terkait pertanyaan untuk mengidentifikasi data diri responden, dan yang kedua terkait pertanyaan yang berhubungan dengan variabel-variabel yang sedang diteliti. Responden diminta untuk mengisi kuesioner ini menggunakan perangkat seluler yang menunjukkan bahwa kuesioner ini dirancang untuk diakses secara online melalui perangkat mobile. Dalam kuesioner tersebut, akan digunakan “Skala Likert” untuk mengumpulkan data. “Skala Likert” adalah skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu pernyataan atau pertanyaan. Skala likert bertujuan untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan dalam

kuesioner. Skala ini biasanya terdiri dari “Sangat Setuju”, “Setuju”, “Netral”, “Tidak Setuju”, “Sangat Tidak Setuju”.

Tabel 3. 2 Skor Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (SS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

2. Dokumentasi

Dokumentasi mengacu pada catatan atau rekaman peristiwa yang telah berlalu atau terjadi di masa lalu, yang bertujuan untuk menyimpan peristiwa-peristiwa penting agar dapat dirujuk atau dikaji di masa mendatang. Dalam konteks penelitian metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder. Data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi bertujuan untuk memperkuat atau melengkapi data primer.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan sebuah keharusan dalam melakukan penelitian. Studi pustaka mencakup kajian terhadap nilai-nilai budaya, norma-norma, dan teori-teori yang berkaitan dengan situasi yang sedang diteliti, Studi pustaka dianggap sebagai faktor yang sangat penting karena memberikan landasan teoritis dan kontekstual bagi peneliti untuk merancang, melaksanakan, dan menginterpretasikan hasil penelitian secara tepat dan bermakna. Tanpa studi pustaka yang memadai, penelitian dapat menjadi kurang terarah.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Untuk melakukan analisis SEM, peneliti menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) sebagai dasar. PLS adalah metode alternatif dalam SEM yang lebih berfokus pada memahami variasi antar variabel daripada kovariansi. Pendekatan ini sangat berguna ketika terdapat data yang tidak terdistribusi normal atau jumlah sampel yang terbatas. Peneliti menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0 untuk menjalankan analisis. Dalam analisis SEM-PLS, terdapat dua model yang diuji yaitu model pengukuran (Outer Model) dan model struktural (Inner Model). Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur konstruk atau variabel laten. Sementara model struktural digunakan untuk menguji hubungan antara konstruk atau variabel laten dalam model penelitian. Proses analisis SEM-PLS melibatkan beberapa tahapan, seperti mengevaluasi model pengukuran, mengevaluasi model struktural, dan menguji hipotesis penelitian. Tahapan-tahapan ini dilakukan secara sistematis untuk memastikan hasil analisis yang akurat dan valid.

3.7.1 Model Measurement (Outer Model)

Dilakukan pengujian untuk memvalidasi model pengukuran yang digunakan. Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa konstruk atau variabel laten yang berbeda satu sama lain dan tidak tumpang tindih. Nilai Average Variance Extracted (AVE) yang tinggi ($\geq 0,7$) mengindikasikan bahwa indikator-indikator yang digunakan cukup baik dalam mengukur konstruk atau variabel latennya. Selain itu juga dilakukan pengujian reliabilitas dengan menggunakan nilai Cronbach's alpha, semakin tinggi nilai Cronbach's alpha, semakin reliabel alat ukur tersebut. Dalam tahapan ini, dilakukan serangkaian pengujian untuk memastikan bahwa model pengukuran yang digunakan valid dan reliabel sebelum

melanjutkan ke analisis selanjutnya. Berikut langkah-langkah yang diambil dengan model ini :

1. Uji Validitas

Untuk mengevaluasi keabsahan atau keaslian data yang telah dikumpulkan, salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan menguji validitas. Untuk menguji validitas dapat menggunakan cara berikut ini :

a. Validitas Konvergen

Validitas Konvergen digunakan untuk mengukur seberapa baik indikator-indikator dalam suatu konstruk saling berhubungan atau mengukur konsep yang sama. Validitas Konvergen menunjukkan adanya hubungan positif antara satu indikator dengan indikator lainnya dalam satu konstruk yang sama. Validitas ini diukur dengan melihat nilai outer loading. Nilai outer loading yang tinggi lebih dari ($\geq 0,7$) mengindikasikan bahwa indikator tersebut valid dan mewakili konstruknya dengan baik. Sedangkan nilai outer loading yang rendah kurang dari ($\leq 0,7$) menunjukkan indikator tidak valid dalam mengukur konstruknya.

b. Validitas Diskriminan

Validitas Diskriminan digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu konstruk berbeda dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya, ini dicapai dengan memeriksa nilai Average Extracted (AVE) untuk setiap konstruk. Nilai AVE yang semakin tinggi menunjukkan bahwa konstruk tersebut efektif dalam menjelaskan variasi pada indikator-indikator yang mengukurnya. Nilai AVE yang tinggi lebih dari ($\geq 0,5$) mengindikasikan bahwa validitas konstruk tersebut efektif dalam menjelaskan variasi pada indikator-indikatornya. Sebaliknya jika nilai AVE rendah ($\leq 0,5$) menunjukkan bahwa validitas konstruk rendah. Oleh karena itu minimum

nilai AVE 0,5 dianggap sebagai ambang batas yang dapat diterima untuk memastikan validitas diskriminan yang memadai.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada konsistensi atau keandalan alat ukur dalam menghasilkan skor atau nilai yang sama saat digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Cronbach's alpha digunakan untuk menentukan batas minimal tingkat reliabilitas yang harus dipenuhi oleh suatu faktor. Nilai Cronbach's alpha berkisar antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai Cronbach's alpha semakin tinggi pula reliabilitas instrumental konstruk yang diukur. Umumnya nilai Cronbach's alpha minimal 0,7 dianggap sebagai ambang batas yang dapat diterima untuk menunjukkan reliabilitas yang baik. Namun dalam beberapa kasus nilai Cronbach's alpha antara 0,6 hingga 0,7 masih dapat diterima terutama jika penelitian tersebut bersifat eksploratif. Dalam situasi tersebut nilai Cronbach's alpha yang sedikit di bawah ambang batas 0,7 masih dapat diterima dengan catatan bahwa hasil penelitian harus diinterpretasikan dengan hati-hati dan memerlukan penelitian lanjutan untuk memperkuat reliabilitas instrumen atau konstruk yang digunakan.

3.7.2 Struktural Model (Inner Model)

Struktural model merupakan sebuah alat ukur yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur hubungan antar konsep. Model ini berperan dalam menguji pengaruh antara variabel laten, dengan tujuan untuk menentukan apakah pengaruh tersebut positif atau negatif. Penilaian struktural model dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai indikator yang ada di dalamnya. Model struktural bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian dengan melihat hubungan kausal atau pengaruh antara variabel laten yang diteliti. Melalui model ini dapat diketahui

apakah pengaruh antara variabel laten tersebut bersifat positif atau negatif, serta seberapa besar pengaruh tersebut.

1. Koefisien Determinasi (R²)

R² merupakan salah satu ukuran yang penting dalam analisis model persamaan struktural (SEM) untuk mengevaluasi model struktural. R² menunjukkan seberapa besar variabel bebas berdampak pada variabel terikat yang terhubung dengannya. Nilai R² berkisar antara 0 hingga 1, semakin tinggi nilai R² semakin besar kemampuan model untuk melakukan prediksi dan sebaliknya. Untuk menginterpretasikan R² terdapat panduan dengan kategori yang dapat digunakan. R² \geq 0,67 termasuk kategori kuat, R² 0,33 termasuk kategori moderat, dan R² 0,19 termasuk kategori lemah (D. R. Sari, 2021). Kategori tersebut memberikan panduan tentang seberapa baik variabel bebas dalam model dapat menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Koefisien determinasi adalah alat penting dalam analisis regresi untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel.

2. Koefisien Jalur (Path Coefficients)

Koefisien jalur merupakan salah satu metrik penting dalam analisis jalur dan model persamaan struktural (SEM). Metrik ini digunakan untuk mengukur kekuatan dan signifikansi hubungan antara variabel dalam model. Nilai koefisien jalur berkisar antara -1 hingga =1. Semakin mendekati =1 semakin kuat hubungan positif antara dua variabel. Sebaliknya, semakin mendekati -1 semakin kuat hubungan negatif antara dua variabel. Nilai koefisien jalur yang mendekati 0 menunjukkan tidak ada hubungan atau hubungan yang sangat lemah antara dua variabel. Dalam pengujian hipotesis, signifikansi hubungan antara variabel diuji dengan melihat nilai t-statistik dan nilai P-value. Nilai t-statistik yang lebih besar dari nilai kritis (biasanya 1,96 untuk tingkat kepercayaan 95%) mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel signifikan secara statistik. Sedangkan nilai signifikansi P-value menunjukkan kemungkinan kesalahan dalam menolak hipotesis nol (tidak ada hubungan antara variabel). Umumnya

jika nilai P-value $\leq 0,05$ maka suatu hipotesis dianggap signifikan. Dalam analisis jalur SEM pengujian hipotesis dilakukan dengan mengevaluasi koefisien jalur dan signifikansinya. Jika nilai koefisien jalur signifikan secara statistik dan memiliki arah yang sesuai dengan hipotesis, maka hipotesis tersebut diterima. Sebaliknya jika nilai koefisien jalur tidak signifikan atau arahnya berlawanan dengan hipotesis maka hipotesis ditolak.

3.7.3 Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji-t untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Ketika melakukan uji-t untuk menilai hasil hipotesis, tingkat signifikansi biasanya ditetapkan pada 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan dihitung menggunakan rumus $df = n-1$, di mana n adalah jumlah sampel. Adapun interpretasi hasil uji hipotesis dengan uji-t dimana mengindikasikan bahwa hipotesis nol (H_0) akan ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) akan diterima jika nilai t hitung (nilai statistik yang dihitung) melebihi nilai kritis pada tabel distribusi t, atau jika nilai P (nilai probabilitas) lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai kritis pada tabel distribusi t, atau jika nilai P lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam konteks penelitian. Dengan demikian uji-t digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah penelitian. Jika hasil uji-t signifikan maka variabel independen dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

