BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diarahkan adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah gerakan mengumpulkan, mengelompokan, menangani, menyelidiki, dan memperkenalkan informasi berdasarkan jumlah secara objektif dengan tujuan untuk menangani masalah dan menguji teori untuk mendorong standar umum. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kuantitatif adalah angka atau jumlah. Sedangkan penelitian adalah pemilihan, penanganan, penyelidikan, dan penyajian informasi yang diselesaikan secara metodis dan tidak memihak yang ditentukan untuk menangani masalah dan menguji teori untuk menumbuhkan standar yang berbeda secara keseluruhan. Dalam mengarahkan penelitian kuantitatif, perlu disadari bahwa penelitian kuantitatif memiliki beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Bedakan masalahnya
b. Cari tahu masalahnya
c. Membatasi masalah
d. Studi penulisan langsung dan survei menulis
e. Cari tahu beberapa spekulasi atau pertanyaan penelitian
f. Tentukan rencana dan strategi pemeriksaan.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di PT Telkom Indonesia datel Purbalingga yang berlokasi pada Jl. MT. Haryono No. 58A, Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan April sampai Juni 2022.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), faktor penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu dalam struktur apa pun yang tidak ditetapkan oleh pakar untuk dikonsentrasikan sehingga diperoleh data tentangnya. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) variabel adalah apa saja yang dapat memisahkan atau mendapatkan nilai keragaman. Seperti yang ditunjukkan oleh Ferdinand (2014) mengatakan bahwa perincian faktor merupakan siklus vital, karena terkait erat dengan informasi yang akan dicari dan digunakan untuk menguji spekulasi penelitian dan menjawab masalah penelitian yang dibuat. Makna fungsional dari faktor-faktor dalam penelitian digunakan untuk melihat lebih dalam tentang faktor-faktor dalam ulasan ini, sehingga lebih mudah untuk dimasukkan ke dalam petunjuk sehingga faktor-faktor tersebut dapat diperkirakan. Secara garis besar, kepastian sifat dan petunjuk serta makna fungsional dari faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini harus terlihat sebagai berikut:

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

3.3.1. Variabel Eksogen

Sebagaimana ditunjukkan oleh Sugiyono (2018), menyatakan bahwa faktor eksogen atau faktor otonom adalah faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau perkembangan faktor endogen (terikat). Dalam tinjauan ini, ada satu variabel eksogen, yaitu kualitas pelayanan.

3.3.2. Variabel Endogen

Jika terdapat variabel eksogen maka terdapat juga variabel endogen. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018), variabel endogen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan hasil, karena faktor eksogen (bebas). Dalam penelitian ini, variabel endogen yaitu kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kesenangan pelanggam Indihome.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan	Sesuai Tjiptono (2014) berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat kehebatan yang diinginkan pelanggan dari layanan dan perintah atas tingkat kebesaran itu untuk memuaskan keinginan pelanggan.	1) Berwujud (*Tangible*) berupa perlengkapan, sarana komunikasi, fasilitas fisik, dan pegawai. 2) Keandalan (*Reliability*) Kualitas yang tidak tergoyahkan sebagai kemampuan untuk memberikan bantuan yang terjamin secara tepat dan memadai. 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*) sebagai kerinduan staf untuk membantu klien dan menawarkan jenis bantuan yang responsif. 4) Jaminan (*Assurance*) sebagai informasi, kemampuan, kebaikan, dan ketergantungan staf yang terbebas dari bahaya, risiko, atau ketidakpastian. 5) Empati (*Emphaty*) sebagai kesederhanaan dalam mengatur koneksi, korespondensi yang baik, pertimbangan individu, dan pemahaman kebutuhan klien individu.
2.	Kepuasan Pelanggan	Tjiptono (2014). kepuasan pelanggan merupakan reaksi yang menggebu-gebu dari pengalaman mengkonsumsi suatu barang atau administrasi saat menilai.	Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2000) yaitu: 1) Kesesuaian harapan adalah tingkat kesesuaian antara penyajian item yang normal oleh klien dan apa yang klien rasakan. 2) Minat berkunjung kembali adalah kemampuan klien untuk mengembalikan atau membeli kembali barang-barang organisasi. 3) Kesediaan merekomendasikan merupakan kesiapan klien untuk meresepkan barang yang telah dikonsumsinya kepada teman atau keluarga.
3.	Kepercayaan Pelanggan	Seperti yang ditunjukkan oleh Tschannen Moran dan Hoy (2001), kepercayaan adalah hasil yang klien rasakan setelah menggunakan layanan mengingat pertemuan yang dikumpulkan yang sebaliknya mempengaruhi	kepercayaan terbentuk dari lima hal yaitu: 1) Kebajikan *(Benevolence)*, kepercayaan diri yang besar dan keyakinan bahwa suatu pihak akan terjamin dan tidak akan menyakiti pihak yang dipercaya. 2) Keandalan *(Reliability)*, kemampuan untuk diandalkan untuk mengelola sesuatu yang dibutuhkan oleh individu atau perkumpulan jika mereka membutuhkannya

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

		pertemuan masa lalu dalam menggunakan layanan.	3) Kompetensi *(Competence)*, kapasitas yang digerakkan oleh suatu pihak sejauh kemampuan dan informasi yang dimiliki untuk mengatasi masalah klien. 4) Kejujuran *(Honesty)*, sejauh mana suatu pernyataan atau artikulasi dapat dipenuhi. Suatu pernyataan akan dianggap jelas dengan asumsi dapat menegaskan apa yang sebenarnya terjadi menurut sudut pandang klien dan kewajiban terhadap jaminan yang disimpan. 5) Keterbukaan *(Openness)*, mencoba mengungkap atau memberikan data yang diharapkan kepada klien.
4.	Loyalitas Pelanggan	Seperti yang ditunjukkan oleh Griffin, (2010). Ketergantungan adalah pelanggan seharusnya setia atau tabah dengan asumsi pembelanja menunjukkan perilaku pembelian secara konsisten atau ada kondisi yang mengharapkan pembeli untuk membeli sesuatu seperti dua dalam waktu tertentu.	Berikut ini ada empat ciri loyalitas pelanggan yang perlu diperhatikan yaitu: 1) Melakukan pembelian berulang secara konsisten. 2) Melakukan pembelian antarlini produk dan jasa. 3) Merekomendasikan kepada orang lain. 4) Menunjukan ketahanan terhadap tarikan dari pesaing.
5.	Kesenangan Pelanggan	Kegembiraan bergantung pada penelitian yang dibuat oleh Laurent dan Kapderee (1985) dalam Rashmi dan J.K. Nayak (2014) menjadi Preferensi, Kepercayaan, Ragam.	Menurut Eva, (2005) *customer delight* tercipta ketika perusahaan menunjukan : 1) *Justice*/Kejujuran 2) *Esteem*/Perlakuan khusus 3) *Finishing Touch.*

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2017), populasi mengacu pada seluruh pertemuan, acara, atau hal menarik yang perlu dijelajahi oleh para ahli. Populasi adalah suatu perkumpulan, peristiwa atau hal-hal yang mempunyai sifat-sifat tertentu. Populasi juga menyiratkan berbagai perkiraan, item, atau orang yang diperiksa. Dalam pengertian lain, populasi adalah jumlah lengkap yang terdiri dari hal-hal atau subjek yang memiliki kredit dan kualitas tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk berpikir dan kemudian mencapai tekad.

Jadi mempertimbangkan masyarakat dalam pengetahuan tidak terbatas pada kelompok, tetapi mengacu pada ukuran umum, jumlah, atau kualitas yang menjadi pusat survei. Pada akhirnya, populasi juga dapat dianggap sebagai kumpulan orang atau barang yang memiliki sifat serupa. Dalam ulasan ini, populasi adalah pembeli barang IndiHome di PT Telkom Indonesia Datel Purbalingga.

3.4.2. Sampel dan Teknik pengambilan sampel

Seperti yang ditunjukkan oleh Sekaran dan Bougie (2017), sebagian dari populasi dinamakan sampel. Sampel tersebut terdiri dari individu-individu dari suatu populasi, karena ilmuwan tidak dapat diharapkan untuk mempelajari seberapa banyak populasi yang

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

mungkin memiliki kendala seperti waktu, aset, dan pasokan tenaga kerja. Selanjutnya penting untuk membuat sampel.

Sampel ini penting untuk karakteristik berbeda yang digerakkan oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Ukuran contoh atau jumlah tes yang diambil adalah signifikan dengan asumsi bahwa ilmuwan melakukan penelitian dengan menggunakan permintaan kuantitatif. Seorang individu dari populasi yang dialami secara kebetulan oleh spesialis dan sesuai dengan rencana permainan peneliti. Sampel sangat penting bagi masyarakat yang atributnya akan diselidiki. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan persamaan slovin dalam mengamati jumlah sampel yang akan diambil sebagai responden pelanggan indihome PT Telkom Indonesia datel Purbalingga. Sebelum masuk ke perhitungan sampel, peneliti telah memverifikasi bahwa teknik pemeriksaan yang akan digunakan adalah *Probability Sampling* dengan penentuan sampel adalah *cluster random sampling*. *Probability Sampling* adalah metode pengujian yang memberikan pintu terbuka yang setara kepada setiap komponen masyarakat untuk dipilih sebagai sampel. *Cluster sampling* adalah teknik pemeriksaan kemungkinan yang memilih subpopulasi yang disebut kelompok. Kemudian, pada saat itu, setiap bagian dalam kelompok akan dipilih sebagai sampel. Sesuai Kuncoro (2009) mengatakan bahwa untuk mengetahui penduduk mana yang akan

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

dimanfaatkan sebagai sumber informasi, diambil contoh dengan memanfaatkan kelompok inspeksi.

Perlu diketahui bahwa dalam kabupaten purbalingga terdapat 18 kecamatan, dalam hal ini peneliti mengambil 5 kecamatan sebagai bahan perhitungan sampel yaitu kecamatan Padamara, kecamatan Kutasari, kecamatan Mrebet, kecamatan Bobotsari, dan kecamatan Karanganyar. Peneliti sudah mencari data pelanggan Indihome dari 5 kecamatan tersebut sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Data 5 Kecamatan Pelanggan Indihome di Kabupaten Purbalingga

No	Kecamatan	Jumlah Pelanggan
1.	Padamara	350
2.	Bobotsari	362
3.	Karanganyar	103
4.	Kutasari	189
5.	Mrebet	305
∑	Total	1309

Sumber : PT Telkom Indonesia datel Purbalingga

Setelah kita mengetahui total populasi dari 5 kecamatan yaitu sebanyak 1309 pelanggan. Selanjutnya yang perlu ditentukan adalah batas toleransi kesalahan, peneliti menentukan bahwa batas toleransi kesalahan adalah sebesar 10% (0,1) dengan alasan data yang diperoleh terlalu besar dan karena keterbatasan waktu serta biaya. Setelah semuanya diketahui maka bisa dihitung dengan menggunakan rumus Slovin yang peneliti gunakan sebagai perhitungan sampel. Rumus Slovin adalah seperti berikut :

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Batas toleransi kesalahan (Error level)

Perhitungan

$$n = \frac{1309}{1 + 1309 \times (0{,}10)^2} = \frac{1309}{14{,}09} = 92{,}9 = 93$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus Slovin, maka dihasilkan sampel atau responden peneliti sebanyak 93 responden. Kemudian dari hasil tersebut peneliti akan membagi jumlah responden tersebut ke 5 kecamatan sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Jumlah data responden 5 kecamatan di Purbalingga

No	Kecamatan	Jumlah Pelanggan
1.	Padamara	20
2.	Bobotsari	25
3.	Karanganyar	15
4.	Kutasari	15
5.	Mrebet	18
∑	Total	93

Sumber : PT Telkom Indonesia datel Purbalingga

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Jenis informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah informasi esensial yang diperoleh secara langsung dari sumber informasi, khususnya di lapangan. Sesuai Sekaran dan Bougie (2017) mengatakan bahwa ada beberapa cara yang dapat digunakan spesialis dalam mendapatkan informasi penting,

khususnya persepsi, pertemuan, dan jajak pendapat. Prosedur pengumpulan informasi yang digunakan dalam pengujian ini adalah tinjauan menggunakan survei. Sebagaimana ditunjukkan oleh Sekaran dan Bougie (2017), mereka berpendapat bahwa survei adalah pertanyaan atau penjelasan yang baru terbentuk dan akan diberikan kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam ulasan ini, informasi diperoleh secara langsung dari pelanggan yang telah atau sedang menggunakan pelayanan PT Telkom Indonesia Datel Purbalingga, khususnya Indihome. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan model sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Kualitas Instrumen

Instrumen yang peneliti gunakan dalam penelitian harus dibuktikan kualitasnya dengan uji validitas dan uji reliabilitas :

a. Uji Validitas

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

CFA adalah bagian dari SEM yang berharga untuk menguji bagaimana pointer dapat diperkirakan dengan tepat. Menurut Ghozali (2017), yang menyatakan bahwa pemeriksaan melihat tumpukan faktor yang dinilai pada faktor-faktor yang terkonsentrasi dengan berfokus pada setiap penunjuk > 0,5 dilihat dari *standardized regression weights*, dapat dikatakan bahwa setiap penanda adalah substansial.

b. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas dan dikatakan valid, maka yang dilakukan selanjutnya adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuisioner yang dimana kuisioner tersebut dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dapat konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan aplikasi AMOS dengan berdasarkan rumus *Construct Reliability* (CR). Suatu indicator dari variabel akan dikatakan *reliable* jika nilai CR >0,7 (Ghozali, 2017).

3.6.2. Alat Analisis

a. Analisis Deskriptif

Sesuai Ghozali (2017) Pemeriksaan deskriptif bermaksud untuk menggambarkan informasi dilihat dari normal *(mean)*, standar deviasi, fluktuasi terbesar dan terkecil. Informasi

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN

kuantitatif dari tanggapan untuk menutup pertanyaan dari jajak pendapat digambarkan menggunakan standar faktual yang jelas. Pemeriksaan ini memberikan garis besar atau penggambaran atau penggambaran observasional dari informasi yang dikumpulkan dalam penelitian. Khusus perhitungan analisis statistik deskriptif menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dikarenakan adanya keterbatasan dalam aplikasi SPSS Amos versi 22.

Dalam ulasan ini, digambarkan dalam tabel strategi sirkulasi rekurensi. Pengukuran ini digunakan untuk menggambarkan teknik pengulangan penyampaian jawaban responden terhadap berbagai hal yang dimaksud. Kemudian, pada saat itu, penyelidikan tanggapan responden pada faktor-faktor terkonsentrasi pada penggunaan nomor file atau teknik umum.

b. Pengujian Evaluasi Asumsi SEM

Menurut Ghozali (2017) menyatakan bahwa *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan perpaduan dari dua teknik terukur yang terpisah, yaitu pemeriksaan komponen spesifik yang dibuat dalam penelitian otak dan *psikometri* dan *Simultaneous Equation Modeling* yang dibuat dalam Ekonometrika. Strategi ilmiah yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang digarap dengan program AMOS.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

1) Normalitas Data

Penilaian keteraturan informasi berencana untuk menguji apakah dalam suatu model faktor bebas dan faktor subordinat antara keduanya memiliki pembawaan yang normal atau tidak.

2) Uji *Outliers*

Outliers menguji persepsi yang muncul dengan kualitas luar biasa baik univariat maupun multivariat. Jika ada *Outliers*, informasi tersebut dapat dihilangkan dari penyelidikan. Pengenalan eksepsi multivariat diselesaikan dengan mempertimbangkan nilai jarak mahalanobis. Jarak Mahalanobis dinilai menggunakan X2 pada tingkat peluang (df) untuk jumlah faktor yang digunakan dalam penelitian. Untuk memutuskan kelayakan penggunaan program menggunakan *software excel*, pilih *insertfunction wizard* pekerjaan tambahan, kemudian, pada saat itu, CHIINV masukkan p = 0,01 dan df jumlah faktor yang diperkirakan. Hasil yang didapat adalah sejauh mungkin, sehingga yang melampaui hasil tersebut harus dihilangkan.

3) Uji *singularity* dan Multikolinearitas

Multikolinearitas harus terlihat melalui determinan kerangka kovarians. Masalah multikolinearitas atau kekhasan terjadi jika nilai determinannya kecil, yang dapat membuat

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

informasi tersebut tidak dapat digunakan untuk penelitian. Dinyatakan bahwa semuanya baik untuk masuk dalam multikolinearitas atau kekhasan jika determinan grid uji kovarians = 5,856.

4) Estimasi Nilai Parameter

Uji hipotesis dapat ditinjau dari koefisien *standardized regression*.

c. Langkah-langkah Penggunaan *Structural Equation Modeling* (SEM)

SEM Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menurut Ghozali (2017), yaitu sebagai berikut:

1) Langkah 1: Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Dalam langkah ini adalah mengembangkan sebuah model baru yang berdasarkan teori teradahulu. Teori-teori disini sangat penting sebagai rujukan dalam mengolah data dikarenakan SEM tidak dapat digunakan untuk menghasilkan model baru, melainkan untuk mengkonfirmasi teori melalui data yang empirik.

2) Langkah 2: Menyusun Diagram Jalur (*path diagram*)

Langkah selanjutnya menyusun hubungan kasualitas dengan diagram jalur. Kemudian menyusun persamaan strukturalnya.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Dalam menguhubungkan konstruk laten baik eksogen maupun endogen kemudian dengan menyusun measurement model dengan menguhubungkan laten endogen maupun eksogen dengan variabel indikator atau manifest. Ketika *measurement* model telah terspesifikasi, kemudian peneliti menentukan indikator yang reliabilitas. Reliabilitas indikator dapat dilakukan dengan estimasi secara empiris dan dispesifikasi.

3) Langkah 3: Mengubah diagram jalur menjadi persamaan structural Persamaan yang akan dibangun yaitu persamaan stuktutal *(structural equations*) dan persamaan model pengukuran (*measurement model*). Persamaan stuktural digunakan untuk mengetahui hubungan kasualitas berbagai konstruk. Persamaan model pengukuran digunakan untuk mengetahui variabel mana yang cocok untuk mengukur konstruk yang mana, dan juga untuk menentukan matrik yang menunjukan hubungan yang dihipotesiskan antar konstruk.

4) Langkah 4: Memilih Matriks Input dan Estimasi Model. SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian/kovarian atau matrik korelasi. Data mentah yang dimasukkan kedalam AMOS akan dirubah terlebih dahulu menjadi matriks kovarian atau korelasi. Awalnya SEM diformalasikan menggunakan input matriks kovarian atau varian

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

yang dikenal dengan *covariance structural analysis*. Matriks kovarian ini memiliki kelebihan dibandingkan matriks korelasi lainnya yaitu memberikan hasil validitas perbandingan antara populasi dan sampel yang berbeda. Matriks korelasi memiliki jangka umum yang akan memungkinkan dapat membandingkan langsung koefisien dalam model. Koefisien yang diperoleh dari matriks korelasi selalu terbentuk dalam standar unit yang sama dengan koefisien beta yang nilainya berkisar antara -1.0 + 1.0. Jadi kesimpulannya peneliti menggunakan matriks varian atau kovarian untuk menguji teori. Besarnya ukuran sampel dapat diukur dengan menggunakan model estimasi *maximum likelihood estimation* karena lebih efisien.

5) Langkah 5: Memilih Identifikasi Model Struktural Selama proses pengestimasian sering terjadi estimasi yang tidak logis hal ini dikarenakan adanya identifikasi model struktural. Problem ini terjadi karena ketidakmampuan proposed model dalam menghasilkan *unique estimate*. Oleh karena itu, untuk mengatasi problem ini dapat dilakukan dengan menambah konstrain dalam model.

6) Langkah 6: Evaluasi Kecocokan Model Kriteria *Goodnes of Fit* Sebelum menguji kelayakan model struktural,

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

terlebih dahulu untuk menilai apakah data yang akan diolah sudah memenuhi asumsi model persamaan struktural.

7) Langkah 7: Interpretasi dan Modifikasi Model Langkah selanjutnya ketika model diterima adalah memodifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness of fit*. Memodifikasi model dapat dilakukan setelah mengkaji banyak pertimbangan. Model yang dimodifikasi tersebut harus di *cross-validated* yaitu diestimasikan melalui data yang terpisah sebelum model modifikasi ini akan diterima. Tujuan langkah terakhir ini adalah untuk memutuskan bentuk perlakuan lanjutan setelah dilakukan evaluasi asumsi dan uji kesesuaian model. Jika model dinyatakan cukup baik, maka langkah berikutnya adalah melakukan interpretasi.

d. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antara dua variabel yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu dan merupakan anggapan sementara yang perlu diuji benar atau tidak benar tentang dugaan dalam suatu penelitian serta memilki manfaat bagi proses penelitian agar efektif dan efisien. Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menelaskan hal tersebut dan dituntut untuk melakukan pengecekannya. Jika asumsi atau dugaan tersebut

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

dikhususkan mengenai populasi, umunya mengenai nilai-nilai parameter populasi, maka hipotesis itu disebut dengan hipotesis statistik.

Menurut Ghozali (2017), hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasrkan pada faktafakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Uji Hipotesis pada penelitian ini menggunakan regression weights, kriteria untuk pengujian hipotesis merujuk pada Ghozali (2017) yang berpendapat bahwa jika nilai critical ratio (CR) >1,96 dan p-value dengan perbandingan taraf signifikan (α=5%) atau 0,05 maka variabel eksogen tidak berpengaruh terhadap variabel endogen, CR dengan (***) tiga bintang berarti bernilai sangat rendah yaitu <0,001.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN