

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian terapan (*applied research*) karena bertumpu pada permasalahan yang muncul dari pengamatan yang ada. Penelitian ini berjenis kasual yang menjelaskan hubungan antar variabel yang dibedakan menjadi variabel independen yang merupakan suatu penyebab dan variabel dependen yang merupakan akibat dari suatu fenomena. Dengan demikian, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang memberikan pemahaman, penjelasan dan prediksi terhadap sebuah fenomena atau kejadian.

Penelitian ini menggunakan pengujian pada data yang terjadi pada satu titik waktu (*one point in time/snapshot*) yang artinya model penelitian tidak dibuat untuk menangkap perubahan yang terjadi dikarenakan oleh pergeseran waktu, fenomena ini kemungkinan berdampak pada ketidakmampuan model untuk digunakan sebagai alat prediksi atau acuan pada model yang menangkap perubahan pada pergeseran waktu (*longitudinal study*). Oleh karena itu untuk mensamakan atau mengeneralisasikan penelitian ini pada waktu yang berbeda diperlukan kehati-hatian dalam mencermati faktor eksternal yang berubah yang data mempengaruhi model penelitian.

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis meneliti Hotel Four Points Jakarta Thamrin, Waktu penelitian ini pada bulan April 2018 sampai July 2018

### 3.3 Variabel dan Pengukurannya

Dalam penelitian ini terdiri dari dua variable yaitu variable bebas (*independent variable*) dan variable terikat (*dependent variable*) yaitu :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variable bebas (*independent variable*) menurut (Sugiyono, 2017, p. 59) adalah variable yang bisa disebut sebagai *stimulus, predictor*, dan *antecedent*, karena yaitu variable yang bisa mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variable dependent” .

2. Variable terikat (*dependent variable*) menurut (Sugiyono, 2017, p. 59) adalah

“variable yang bisa disebut sebagai *output, criteria*, dan *konsekuen*, variable ini bisa disebut sebagai variable yang dipengaruhi atau akibat timbulnya variable bebas.

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 58) operasional variable penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari sehingga menghasilkan informasi tentang penelitian tersebut dan dapat diambil kesimpulan.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variable penelitian yaitu Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variable intervening, dan Loyalitas Pelanggan (Z), berikut adalah tabel mengenai variable, dimensi, indikator, kode, dan skala tingkat pengukuran penelitian :

Tabel 3.3 : Variabel dan Pengukurannya

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Tingkat Pengukuran
<i>Service Quality</i> ( <i>parasuraman</i> 1998)	<i>Tangibles &amp; Reliability</i>	1. Hotel menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir	X1	Likert, dimana nilai 1= sangat tidak setuju 5= sangat setuju
		2. Harga yang tertera di website hotel sesuai dengan harga yang harus dibayar	X2	
		3. Hotel selalu mencatat kebutuhan tamu selama menginap	X3	
	<i>Responsiveness &amp; Emphaty</i>	1. Kesediaan karyawan memberikan layanan dengan cepat	X4	
		2. Kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan	X5	

		<p>pelanggan dengan cepat</p> <p>3. Staff selalu cepat dalam menginfokan apabila ada barang tamu yang tertinggal</p>	X6	<p>Likert, dimana nilai 1= sangat tidak setuju 5= sangat setuju</p>
	<i>Assurance</i>	<p>1. Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan</p>	X7	
		<p>2. Karyawan mampu menjelaskan informasi hotel secara detail</p>	X8	<p>Likert, dimana nilai 1= sangat tidak setuju 5= sangat setuju</p>
		<p>3. Tamu mengenal hotel fourpoints karena pelayanannya yang baik</p>	X9	
<i>Consumer</i>	<i>Consumer</i>	<p>1. Berdasarkan</p>	Y1	

<p><i>Satisfaction</i> ( Tjiptono, 2008: 169)</p>	<p><i>Satisfactor</i></p>	<p>pengalaman, pelanggan merasa senang menginap di hotel fourpoints Jakarta thamrin</p> <p>2. Fourpoints Jakarta thamrin telah memenuhi harapan pelanggan</p> <p>3. Pelanggan merasa puas dalam menikmati pengalaman menginap di hotel fourpoints Jakarta thamrin</p>	<p>Y2</p> <p>Y3</p>	<p>Likert, dimana nilai 1= sangat tidak setuju 5= sangat setuju</p>
<p><i>Consumer Loyalty</i> (Zeithaml et. Al. 1996)</p>	<p><i>Consumer Loyalty</i></p>	<p>1. Memberikan rekomendasi ke pihak lain untuk menginap di Hotel Fourpoints Jakarta Thamrin</p> <p>2. Kemungkinan besar, pelanggan akan menginap lagi di hotel</p>	<p>Z1</p> <p>Z2</p>	<p>Likert, dimana nilai 1= sangat</p>

		fourpoints Jakarta thamrin		tidak setuju 5= sangat setuju
		3. Fourpoints Jakarta thamrin merupakan pilihan utama jika pelanggan ingin menginap di hotel	Z3	

### 3.4 Populasi dan sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Hotel Four Points Jakarta Thamrin, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya(Sugiyono, 2003:55). Populasi yang digunakan adalah data rata-rata dari kunjungan tamu Hotel Four Points Jakarta Thamrin selama 1 bulan rata-rata tamu yang datang adalah sebanyak 60 tamu data tamu tersebut didapat dari keadaan *occupancy* hotel sehari-hari dan dalam 2 tahun terakhir bisa dinyatakan bahwa tamu yang datang sebanyak 1.200 tamu

#### 3.4.2 Sampel

Arikunto (2006) menyatakan bahwa : “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti”. Menurut Arikunto (2008:116) “Penentuan pengambilan sample sebagai berikut : apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga peneliriannya merupakan penelitian populasi, jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung sedikit banyaknya dari :

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, hal ini menyangkut banyak sedikitnya dana
- c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti untuk peneliti yang resikonya besar, tentu jika sampelnya besar maka hasilnya akan lebih baik

Dilihat dari faktor yang dapat mempengaruhi hasil penelitian dan lamanya proses pengambilan data, maka peneliti menetapkan jumlah sample yang digunakan adalah 10% dari jumlah populasi (1200 orang) yaitu 120 orang.

Sampel pada penelitian ini yaitu sebagian Konsumen Hotel Four Points Jakarta Thamrin, teknik pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* termasuk dalam metode *non probability sampling* (Sugiono, 2011). Definisi metode *purposive sampling* menurut (Sugiono, 1999) adalah : “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Pengambilan sampel dilakukan selama 7 hari dalam 1 minggu baik dalam weekend maupun weekdays.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut :

- a. Pelanggan yang menginap minimal 1 malam di Hotel Four Points Jakarta Thamrin
- b. Pelanggan yang menjadi SPG (*Short Preferred Guest*) member yang datang dan melakukan pembelian di Hotel Four Points Jakarta Thamrin
- c. Pelanggan yang datang kembali ke Hotel Four Points Jakarta Thamrin (*repeater guest*)

Penelitian ini populasinya tidak terbatas, oleh karena itu jumlah sampel yang diambil sebanyak 120 responden. Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat (Soliman, 2005) yang menyatakan bahwa : “untuk analisis multivariate besarnya sampel adalah antara 100 hingga 200 dengan minimumnya adalah 50, dan sama dengan jumlah parameter dalam model penelitian”.

## 3.5 Teknik Pengumpulan Data

### 3.5.1 Instrumen

#### 3.5.1.1 Kuesioner

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau bisa disebut kuesioner tentang ANALISIS DAMPAK KUALITAS LAYANAN TERHADAP KUALITAS PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN HOTEL FOURPOINTS JAKARTA THAMRIN. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang berupa laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui dengan membuat pertanyaan-pertanyaan maupun permintaan komentar maupun pendapat dari beberapa responden atas sebuah topic permasalahan dengan tujuan untuk mendapatkan data-data sekunder. Disini peneliti akan memberikan kuesioner kepada para konsumen Hotel Four Points Jakarta Thamrin untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

#### 3.5.1.2 Wawancara

Wawancara adalah Tanya jawab antara pewawancara dengan yang diwawancara untuk meminta keterangan atau pendapat mengenai suatu hal. Teknik wawancara adalah suatu cara melakukan tanya jawab untuk memperoleh keterangan, informasi dan sejenisnya. Wawancara berdasarkan cara pelaksanaannya dibagi dua yaitu :

- a. Wawancara terstruktur, adalah wawancara yang secara terencana yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.
- b. Wawancara tak terstruktur, adalah wawancara yang tidak berpedoman pada daftar pertanyaan.

Dan disini peneliti melakukan wawancara dengan teknik yang terstruktur. Peneliti sebelumnya sudah mempersiapkan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada pihak-pihak yang sudah bersedia untuk dilakukan wawancara, pihak-pihak diantaranya adalah :

- a. Assistance Front Office Manager
- b. Senior Front Desk Agent
- c. Front Desk Agent
- d. Guest Relation
- e. Concierge



### 3.5.2 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (1999:135) : “ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Metode ini akan digunakan peneliti untuk memperoleh data mengenai dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen Hotel Four Points Jakarta Thamrin. Wawancara menurut Sugiyono (2011:317) : “wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon”. Data dari hasil wawancara dibutuhkan untuk menguatkan hasil dari data kuesioner .

Agar lebih efisien mendapatkan data dari responden maka peneliti menggunakan metode kuesioner. Kuesioner tersebut disusun dengan menggunakan 5 (lima) alternatif jawaban yaitu : sangat setuju (ss), setuju(s), netral(n), tidak setuju(ts), sangat tidak setuju(sts) (sugiyono, 2008). Penyebaran kuesioner dilaksanakan selama 7 hari dari jam 10.00 WIB sampai jam 16:00 WIB dengan cara langsung menemui responden.

### 3.6 Metode Analisis Data

Menurut Patton, 1980 (dalam Lexy J. Moleong 2002: 103) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian besar.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif dan metode *structural equation model (SEM)* sesuai dengan variabel yang diteliti. Selanjutnya penulis mengolah data dari hasil penilaian responden dalam kuesioner tersebut dan diuji datanya menggunakan *software SmartPLS* versi 3.2.7.

### 3.6.1 *Structural Equation Model (SEM-PLS)*

Analisis data dari penelitian ini menggunakan Structural Equation Model atau SEM dengan pendekatan SEM-PLS. SEM adalah teknik multivariat yang menggabungkan beberapa regresi (menguji hubungan keterkaitan) untuk memperkirakan hubungan ketergantungan simultan (Hair dkk., 2014). Maruyama (1998) menjelaskan bahwa SEM adalah model statistik yang memberikan estimasi perhitungan dari kekuatan hipotesis antara variabel dalam model teoritis, baik secara langsung maupun non langsung melalui intervensi atau mediasi variabel. Ada dua jenis SEM yang populer digunakan saat ini yaitu kovarian berbasis SEM (menggunakan AMOS dan LISREL) dan varian atau komponen berbasis SEM (menggunakan perangkat lunak SmartPLS dan PLS Graph). Penelitian ini menggunakan SEM berbasis komponen dengan PLS (Ringle, Wende, dan Will, 2005; Hair & Sarstedt, 2011).

Ada beberapa alasan penulis memilih SEM berbasis varian dengan Smart PLS sesuai dengan Hair dkk. (2014): 1) Dapat bekerja dalam jumlah minimum ukuran sampel berkisar antara 30 sampai 100 kasus dan memiliki kompleksitas model besar yang dapat menerima hingga 1000 indikator; 2) Skala pengukuran dapat berupa interval nominal, ordinal, interval, dan rasio; 3) Dapat berupa indikator refleksif dan formatif dari variabel laten; 4) Tidak menekankan pada *confirmatory model*, namun lebih pada model prediksi, meskipun juga dapat digunakan untuk konfirmasi teori; 5) Hal ini dapat menghindari dua masalah besar dari SEM berbasis kovarian yang merupakan solusi yang tidak dapat diterima dan ketidakpastian faktor. Sebagai kelebihan yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini akan menggunakan komponen berbasis PLS dengan *software* SmartPLS.

### 3.6.2 Validitas

Validitas adalah sejauh mana ukuran atau ukuran tindakan dengan benar mewakili konsep studi, sejauh mana ia bebas dari kesalahan sistematis atau tidak acak. Validitas berkaitan dengan seberapa baik konsep didefinisikan oleh ukuran (Hair dkk., 2014). Sebelum penyebaran kuesioner dilakukan, peneliti akan melakukan uji coba kuesioner pendahuluan kepada 10 orang tamu Hotel Fourpoints Jakarta Thamrin untuk mengetahui apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut sudah dapat dipahami oleh responden atau belum.

Setelah melakukan pendistribusian kuesioner, PLS membutuhkan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas indikator refleksif dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi antara skor indikator refleksif dan variabel latennya. Pertanyaan tersebut dikatakan valid jika  $\geq 0.7$  (Hair dkk., 2014). Jika ada indikator formatif, validitas dilakukan dengan mengamati koefisien regresi dan signifikansi koefisien regresi. Dengan demikian, *outer weight score* harus diperhatikan dari masing-masing indikator. Indikator dengan nilai t-statistik  $\geq 1.96$  dianggap valid untuk mengukur konstruk

## 1. Hasil Uji Validitas

Tabel : 3.6.2.1 Validitas Kualitas Layanan

Variabel dan Peristiwa	Nilai Indikator	Keputusan
Saya selalu merekomendasikan hotel fourpoints Jakarta thamrin kepada orang lain		
Fourpoints Jakarta Thamrin memberikan pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir	0,895	Valid
Harga yang dipromosikan pihak hotel sesuai dengan harga yang tertera di bill pembayaran	0,865	Valid
Staff hotel selalu mencatat semua kebutuhan saya	0,514	Tidak Valid
Staff hotel membantu kesulitan pelanggan secara cepat	0,399	Tidak Valid
Staff hotel menanggapi keluhan konsumen dengan cepat	0,921	Valid
Staff hotel cepat dalam menginfokan apabila ada barang saya yang tertinggal	0,787	Valid
Staff hotel ramah dalam memberikan pelayanan	0,935	Valid
Staff hotel mampu dalam memberikan informasi tentang hotel dengan baik	0,913	Valid
Saya yakin dengan pelayanan yang diberikan pihak hotel fourpoints Jakarta thamrin	0,869	Valid

Pada tabel 3.6.2.1 terlihat hasil uji validitas dari variabel yang diteliti yaitu Kualitas Layanan, Kebanyakan indikator memiliki nilai diatas 0,7 sehingga dapat dikatakan variabel tersebut valid dan bisa diteliti. Namun ada beberapa indicator variabel yang bernilai dibawah 0,7 : “Staff hotel selalu mencatat semua

kebutuhan saya”,” Staff hotel membantu kesulitan pelanggan secara cepat” maka dengan demikian indicator-indikator variabel tersebut tidak dapat disertakan dalam penelitian.

Tabel : 3.6.2.2 Validitas Kepuasan Pelanggan

Variabel dan Pernyataan	Nilai Indikator	Keputusan
Saya selalu merekomendasikan hotel fourpoints Jakarta thamrin kepada orang lain	0,899	Valid
Berdasarkan pengalaman, konsumen merasa senang menginap di hotel fourpoints Jakarta thamrin	0,803	Valid
Hotel fourpoints Jakarta thamrin telah memenuhi harapan pelanggan dalam memberikan pelayanan	0,912	Valid
Konsumen merasa puas dalam menikmati pelayanan hotel		

### Hotel fourpoints Jakarta thamrin

Pada tabel 3.6.2.2 terlihat hasil uji validitas dari variabel yang diteliti yaitu Kepuasan Pelanggan, seluruh nilai indikator dari variabel menunjukkan angka diatas 0,7. Maka dari itu dapat diputuskan bahwa seluruh indikator tersebut diatas adalah valid.

Tabel : 3.6.2.3 Validitas Loyalitas Pelanggan

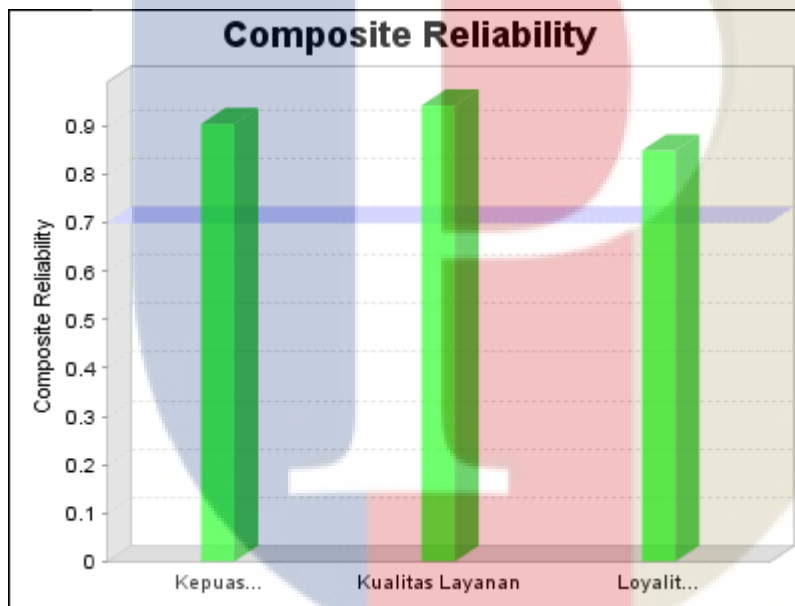
Variabel dan Pernyataan	Nilai Indikator	Keputusan
Saya selalu merekomendasikan hotel fourpoints Jakarta thamrin kepada orang lain	0,887	Valid
Kemungkinan besar, saya akan kembali lagi menginap di hotel fourpoints Jakarta thamrin	0,937	Valid
Hotel fourpoints Jakarta thamrin adalah pilihan pertama saya jika ingin menginap di sebuah hotel	0,569	Tidak Valid

Pada tabel 3.6.2.3 terlihat hasil uji validitas dari variabel yang diteliti yaitu Loyalitas Pelanggan, Ada dua indikator memiliki nilai diatas 0,7 sehingga dapat dikatakan variabel tersebut valid dan bisa diteliti. Namun ada satu indikator variabel yang bernilai dibawah 0,7 : “Hotel fourpoints Jakarta thamrin adalah pilihan pertama saya jika ingin menginap di sebuah hotel“ maka dengan demikian variabel tersebut tidak dapat disertakan dalam penelitian

### 3.6.3 Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi pengukuran (Hair dkk., 2014). Selain itu, harus dievaluasi reliabilitas komposit dari indikator. Indikator komposit yang mengukur konstruk dapat dievaluasi oleh dua jenis pengukuran yaitu konsistensi internal yang dikembangkan oleh Werts dkk. (1974) pada Hair dkk. (2014) dan *Cronbach's Alpha* yang diharapkan  $\geq 0.6$  untuk semua konstruk. Uji reliabilitas indikator reflektif dalam penelitian ini dilakukan dengan mengukur korelasi jawaban antar kalimat pada kelompok indikator. Kelompok indikator yang mengukur variabel dianggap memiliki reliabilitas komposit yang baik jika skor reliabilitas komposit  $\geq 0.8$ . Dengan kata lain, item pernyataan dapat dianggap reliabel jika memiliki nilai reliabilitas komposit  $\geq 0,8$

#### 2. Hasil Uji Reliabilitas



Gambar 3.6.3 : Hasil Uji Reliabilitas

Sumber : Pengolahan Data Responden (2018)

Tabel : 3.6.3.1 composite reliability setiap Variabel

	<b>Composite Reliability</b>
<b>Kepuasan Pelanggan</b>	<b>0.905</b>
<b>Kualitas Layanan</b>	<b>0.943</b>
<b>Loyalitas Pelanggan</b>	<b>0.850</b>

Pada gambar dan tabel 3.6.3 terlihat adanya uji reliabilitas dari kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan diperoleh nilai komposit lebih besar dari 0,8 maka variabel diatas dianggap reliabel.

### 1. *Cronbach Alpha*

Koefisien alpha dikembangkan oleh Cronbach (1951) sebagai ukuran umum dari konsistensi internal skala multi-item. Angka cronbach alpha pada kisaran 0.70 adalah dapat diterima, di atas 0.80 baik (Sekaran, 2006).

Tabel 3.6.3.2 Cronbach's Alpha Setiap Variabel

<b>Variable</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
Kualitas Layanan	0.842
Kepuasan Pelanggan	0.929
Loyalitas Pelanggan	0.716

Sumber: Pengolahan Data Responden (2018)

Dari tabel di atas, skor cronbach alpha dari setiap variabel lebih besar dari persyaratan minimum 0,7. Nilai kualitas layanan adalah 0.842, kepuasan pelanggan adalah 0.929, loyalitas pelanggan adalah 0.716. Nilai ini menunjukkan bahwa model tersebut dapat digunakan.



### 3..6.4 Tahapan Analisis

Tahapan analisis dilakukan dengan membentuk diagram hubungan kausalitas antara konstruksi yang kemudian dihitung dengan teknik bootstrap. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis menggunakan PLS (Ghozali, 2006) sebagai berikut:

#### 1. Tahapan pertama: Membaca Hasil

Menurut Chin (1998) pada Ghozali (2006), indikator ini dinilai memiliki reliabilitas yang baik jika skor  $> 0,7$ . Namun, jika indikator tersebut hanya memiliki faktor pembebanan skor berkisar antara 0,5 - 0,6, indikatornya masih bisa sesuai untuk model dalam periode pengembangan. Berdasarkan kriteria ini, indikator yang memiliki faktor pembebanan  $< 0,5$  harus dihapus dari analisis. Jika semua indikator memenuhi kriteria, maka analisisnya bisa berlanjut ke langkah ketiga, namun jika tidak, maka analisa berlanjut ke langkah kedua.

#### 2. Tahapan kedua: Jalankan kembali modelnya

Model ini dijalankan kembali jika beberapa indikator yang memiliki faktor pemuatan  $< 0,5$  dikeluarkan. Eksekusi dilakukan terus menerus sejauh semua indikator memiliki faktor pembebanan skor  $\geq 0,5$ .

#### 3. Tahapan ketiga: Membaca hasil output

##### a. Membaca hasil *outer model* atau model pengukuran

Kriteria untuk mengevaluasi *outer model* berdasarkan (Hair dkk., 2014):

##### 1. Validitas Konvergensi

Validitas konvergensi dari model pengukuran dengan indikator refleksif dapat diamati dengan korelasi antara skor item / indikator dengan nilai konstruksinya. Indikator dianggap dapat diandalkan jika memiliki skor korelasi 0,7.

##### 2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan indikator dapat diamati dari nilai antara *cross loading* dan konstruksinya. Nilai korelasi indikator terhadap konstruk harus lebih besar dibandingkan korelasi antara indikator dengan konstruk lainnya.

##### 3. Reliabilitas Komposit

Hasil reliabilitas komposit dikatakan sesuai jika memiliki skor  $> 0,8$ .

##### 4. Cronbach Alpha

Nilai Cronbach Alpha minimal harus  $> 0,6$ , dengan demikian variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

5. *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE dari setiap konstruk setidaknya harus lebih dari 0,5.

b. Membaca hasil *inner model* (hubungan antar konstruk)

*Inner model* mengevaluasi hubungan antara konstruksi laten yang telah dihipotesiskan dalam penelitian ini. Ada beberapa kriteria untuk menilai *inner model*:

1. *Goodness of Fit*

*Goodness of Fit* dilakukan untuk memeriksa apakah variabel eksogen dapat menjelaskan variabel endogen. Pengujian diimplementasikan dengan mengamati nilai R-Square dan Stone-Geisser Q-Square. Persyaratan minimum untuk R-Square adalah 0,10 atau 10%, sedangkan *Stone-Geisser Q-Square* ( $Q^2$ ) harus lebih dari 0. Dengan demikian, variabel eksogen memiliki relevansi prediktif yang dapat diterima

2. *Hypothesis Testing*

Pengujian model struktural atau pengujian hipotesis akan diamati dari pengujian *outer model* untuk setiap indikator untuk mengamati apakah indikator tersebut memiliki hubungan dengan variabel dan model pengujian struktural (*inner weight*) untuk menjawab hipotesis yang diuraikan. Ini dilakukan dengan mengamati nilai bobot atau koefisien jalur struktural, t-statistik, dan tingkat signifikansi.