

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek dan Responden Penelitian

1. Objek penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Lazada, Lazada adalah sebuah platform *e-commerce* yang didirikan oleh Rocket Internet perusahaan internet yang berkantor pusat di Berlin, Jerman. Lazada berdiri sejak tahun 2011 dan berkantor pusat di Singapura dan website lazada diluncurkan pada bulan Maret 2012 dengan model bisnis memiliki barang di gudang sendiri untuk dijual online.

Lazada kemudian berkembang di Asia Tenggara yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam, perkembangan lazada membuat ketertarikan para investor seperti JP Morgan retailer Swedia Kinnevik dan sampai raksasa retail Inggris Tesco untuk ikut serta menjadi investor. Kemudian seiring berjalannya waktu Lazada menjadi perhatian Alibaba yang ingin terjun di pasar *e-commerce* Asia Tenggara, dan pada akhirnya Alibaba Group menjadi pemegang saham mayoritas di Lazada hingga sampai saat ini.

2. Responden Penelitian

Responden dari penelitian ini adalah orang-orang yang pernah membeli barang-barang melalui *e-commerce* Lazada serta berusia minimal 17 tahun. Usia 17 tahun keatas dinilai sudah matang dan dapat memahami isi pertanyaan dari kuesioner dengan baik, sehingga dapat memberikan penilaian yang objektif. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner

secara *online* maupun *offline* kepada responden yang telah atau pernah membeli barang-barang di Lazada dengan usia lebih dari 17 tahun.

Kuesioner *online* dilakukan dengan memanfaatkan *Google Form* dan menyebarnya melalui sosial media yang ada seperti *Line*, *WhatsApp* dan *Facebook*. Sedangkan kuesioner *offline* dilakukan dengan cara memberikan kuesioner fisik secara langsung kepada responden. Penyebaran ini dilakukan selama 7 hari berturut-turut dari tanggal 20 Agustus sampai dengan 27 Agustus 2018. Berdasarkan hasil kuesioner yang didapat dari 20 responden secara *offline* dan 180 tanggapan yang diambil dari tanggapan responden secara *online*, terdapat kuesioner yang tidak valid atau tidak sesuai dengan kriteria responden yang ditentukan sebanyak 24. Sehingga dari total 200 kuesioner tersebut terdapat 176 kuesioner yang dapat diolah.

a) Klasifikasi Data Responden

Klasifikasi data responden merupakan salah satu bagian dari analisis deskriptif yang menjelaskan tentang varian data berdasarkan karakteristik sampel yang telah mengisi kuesioner, sampel atau responden diklasifikasikan berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, pengeluaran bulanan. Deskripsi karakteristik responden akan ditampilkan dalam Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Klasifikasi Data Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	67	38,06%
	Perempuan	109	61,94%
	Jumlah	176	100%
Usia	17-20	38	21,59%
	21-23	80	45,45%
	24-26	45	25,56%
	>26	13	7,40%
	Jumlah	176	100%
Pekerjaan	PNS	23	13,09%
	Mahasiswa/Pelajar	93	52,84%
	Guru	7	3,97%
	Wiraswasta	43	24,43%
	Ibu Rumah Tangga	8	4,54%
	Pegawai BUMN	2	1,13%
	Jumlah	176	100%
Pendidikan Terakhir	SD	-	-
	SMP	58	32,97%
	SMA/SMK	76	43,18%
	D3	17	9,65%
	S1	25	14,20%
	Jumlah	176	100.0%
Pengeluaran Bulanan	≤ Rp. 2.500.000	132	75,00%
	> Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000	26	14,78%
	> Rp. 5.000.000 – Rp. 7.500.000	14	7,95%
	> Rp. 7.500.000 – Rp. 10.000.000	4	2,27%
	> Rp. 10.000.000	-	-
	Jumlah	176	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan pada Tabel 4.1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Pada kategori ini responden perempuan lebih banyak selisihnya dibandingkan laki-laki. Laki-laki dengan persentase sebanyak 38,06% dengan jumlah 67 responden dan perempuan dengan persentase 61,94% dengan jumlah responden sebanyak 109.

2) Usia

Pada kategori usia banyak didominasi oleh orang berusia antara 21-23 tahun. Usia 21-23 tahun memiliki persentase sebanyak 45,45% dengan total 80. Selanjutnya usia 24-26 tahun memiliki persentase 25,56% dengan total responden sebanyak 45. Setelah itu usia 17-20 memiliki persentase 21,59% dengan total 38 responden. Kategori usia >26 tahun memiliki persentase paling sedikit yaitu sebesar 7,40% dengan total responden sebanyak 13.

3) Pekerjaan

Mahasiswa/pelajar mendominasi pada kategori pekerjaan, mahasiswa/pelajar memiliki persentase yang besar yaitu 52,84% dengan jumlah responden mencapai 93. Selanjutnya diikuti oleh wiraswasta yang memiliki persentase 24,43% dengan total responden 43. Setelah itu dilanjutkan oleh PNS yang memiliki persentase 13,09% dengan total 23 responden dan ibu rumah tangga yang memiliki persentase sebanyak 4,54% dengan total 8 responden. Guru menempati urutan berikutnya memiliki persentase 3,97% dengan total 7 responden dan pegawai BUMN yang memiliki persentase 1,13% dengan total 2 responden.

4) Pendidikan Terakhir

SMA/SMK sangat mendominasi pada kategori pendidikan terakhir, SMA/SMK memiliki persentase yang sangat besar yaitu 43,18% dengan total responden mencapai 76. SMP menempati urutan berikutnya memiliki persentase sebanyak 32,97% dengan total responden 58. Setelah itu S1 yang memiliki persentase sebanyak 14,20% dengan total 25 responden. Selanjutnya D3 memiliki persentase 9,65% dengan total responden 17 dan SD yang memiliki persentase 0% dengan jumlah 0 responden.

5) Pengeluaran Bulanan

Pada kategori pengeluaran bulanan ini mencakup total pengeluaran dengan rincian sebagai berikut pengeluaran <2.500.000,- memiliki persentase 75,00% dengan jumlah responden 132, pengeluaran >2.500.000 – 5.000.000 memiliki persentase 14,78% dengan jumlah responden 26, pengeluaran >5.000.000-7.500.000 memiliki persentase 7,95% dengan jumlah 14 responden, pengeluaran >7.500.000- 10.000.000 memiliki persentase 2,27% dengan jumlah 4 responden dan yang terakhir pengeluaran >10.000.000 memiliki persentase 0% yang berjumlah 0.

B. Uji Kualitas Instrumen

Langkah awal dalam menganalisis data penelitian adalah dengan melakukan uji kualitas instrumen dan data yang akan digunakan dalam penelitian. Uji validitas dan uji reliabilitas diperlukan untuk menguji item pernyataan atau kuesioner yang telah diajukan. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan sudah memenuhi kriteria valid dan

reliabel. Uji validitas, reliabilitas pada penelitian ini diuji dengan menggunakan program SPSS Versi 25.0.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen/kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sekaran, 2014). Uji validitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Pearson Correlation* yang diolah menggunakan program SPSS Versi 25.0.

Kriteria pengukuran yang digunakan adalah:

- a) Jika nilai signifikansi korelasi $\leq \alpha$, maka item kuesioner tersebut valid.
($\alpha = 0,05$ atau 5%)
- b) Jika nilai signifikansi korelasi $> \alpha$, maka item kuesioner tersebut tidak valid. ($\alpha = 0,05$ atau 5%)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsisten atau tidaknya suatu alat ukur. Sekaran (2006) menyatakan bahwa *reliability* (keandalan) suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias. Uji realibilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Cronbach's alpha* yang diolah menggunakan program SPSS Versi 25.0. Kriteria pengukuran yang digunakan adalah:

- a) Jika nilai *Cronbach's alpha* $\geq 0,6$ maka dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach's alpha* $< 0,6$ maka dinyatakan tidak reliabel.

3. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Validitas	Reliabilitas
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kepuasan Pelanggan	Puas berbelanja online di Lazada	0,000	0,851
	Kinerja layanan melebihi ekpektasi	0,002	
	Pengalaman berbelanja menyenangkan	0,000	
	Menjual perlengkapan yang dibutuhkan	0,000	
	Puas dengan promo yang ditawarkan	0,000	
	Puas dengan tampilan website/aplikasi	0,000	
	Barang yang diterima sesuai dengan pesanan	0,000	
	Pesanan sampai dalam kondisi baik atau tidak cacat	0,000	
	Cara pembayaran di Lazada mudah	0,000	
	Pengiriman pesanan sesuai dengan waktu yang telah diperkirakan	0,000	
Kepercayaan	Percaya Lazada akan memberikan kualitas layanan yang konsisten	0,000	0,895
	Yakin Lazada dapat melindungi informasi pribadi saya	0,000	
	Dapat melindungi saya dari risiko berbelanja online	0,000	
	Menjamin keamanan bertransaksi	0,000	
	Lazada jujur dalam bertransaksi	0,000	
	Selalu berkomitmen untuk menepati janjinya	0,000	
	Lazada dapat dipercaya	0,000	
	Lazada memiliki integritas yang tinggi	0,000	
PKME	Merasa proses pencarian barang di Lazada mudah	0,000	0,879
	Merasa proses pemesanan barang di Lazada cepat	0,000	
	Merasa proses pembayaran di Lazada mudah	0,000	
	Merasa metode pembayaran di Lazada praktis	0,000	
	Pengiriman barang di Lazada cepat	0,000	
	Merespon keluhan pesanan dengan cepat	0,000	
	Menyimpan informasi pribadi setelah melakukan transaksi yang memudahkan transaksi berikutnya	0,000	

Variabel	Item Pernyataan	Validitas	Reliabilitas
		Sig. (2-tailed)	Cronbach's Alpha
Niat Pembelian Kembali	Akan berbelanja kembali di Lazada dalam waktu dekat	0,000	0,920
	Akan berbelanja kembali di Lazada dalam jangka waktu 6 bulan kedepan	0,000	
	Selalu mencari informasi mengenai promosi yang ditawarkan Lazada	0,000	
	Akan merekomendasikan Lazada kepada orang lain	0,000	
	Saya yakin akan membeli lagi di Lazada	0,000	

Sumber: Data primer yang diolah 2018, Lampiran 2

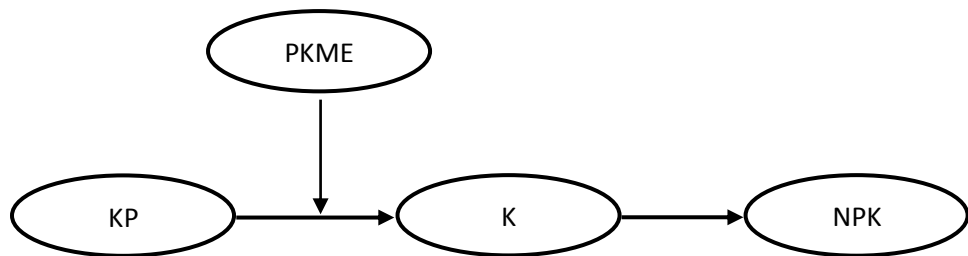
Berdasarkan pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan dari variabel kepuasan pelanggan, kepercayaan, PKME dan niat pembelian kembali memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari *alpha* atau 0,05 sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid. Selanjutnya berdasarkan pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa semua variabel kepuasan pelanggan, kepercayaan, PKME dan niat pembelian yaitu memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6 sehingga alat instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

C. Hasil Penelitian

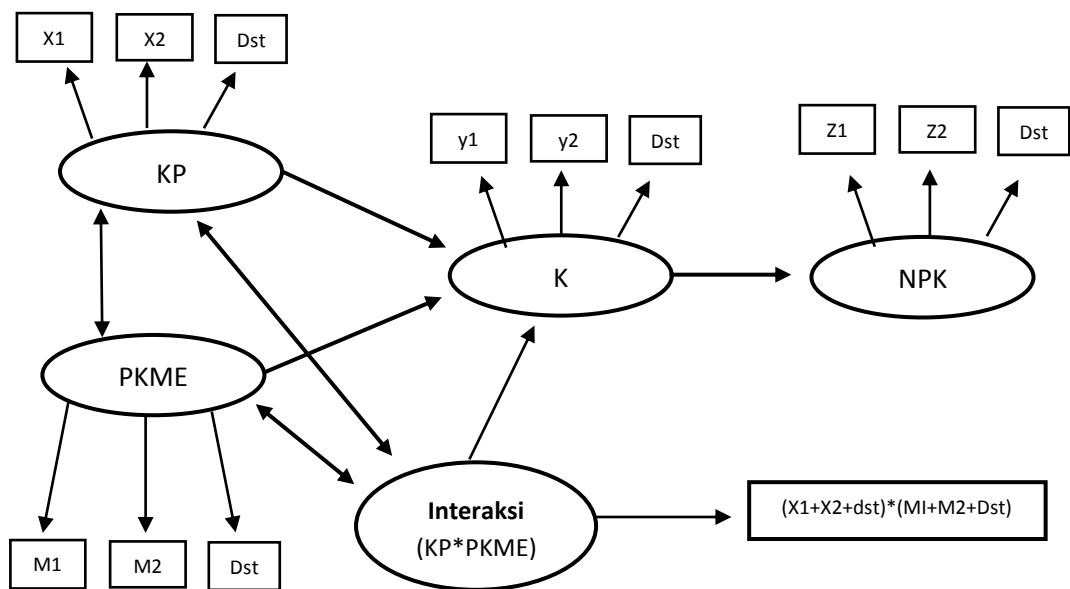
1. *Structural Equation Modelling* dengan hubungan Moderasi

Dalam SEM terdapat beberapa metode untuk menilai pengaruh moderasi, salah satu metode yang mudah digunakan untuk mengukur moderating adalah metode Ping (1995). Ping menyatakan bahwa indikator tunggal seharusnya digunakan sebagai indikator dari suatu variabel moderating, dan indikator tunggal tersebut merupakan hasil perkalian antara indikator laten eksogen dengan indikator variabel moderatornya (Ghozali, 2011). Untuk menjalankan *Moderated*

Structural Equation Modelling (MSEM), terlebih dahulu merubah model awal penelitian seperti Gambar 4.1 menjadi model konstruk MSEM seperti Gambar 4.2 di bawah ini:



Gambar 4.1
Model Penelitian dengan Moderasi



Gambar 4.2
Model Moderated Structural Equation Modelling

Gambar 4.2 di atas menunjukkan adanya korelasi antara setiap variabel dan juga adanya variabel tambahan yaitu variabel interaksi. Variabel interaksi tersebut digunakan untuk menghitung nilai moderasi yang akan diukur dalam penelitian

ini. Variabel interaksi merupakan hasil perkalian antara variabel independent yaitu kepuasan (KP) dengan variabel pemoderasi yaitu persepsi keefektifan mekanisme *e-commerce* (PKME).

Untuk menjalankan metode MSEM di atas dengan program AMOS, perlu dilakukan dua tahap:

a. Tahap pertama

Melakukan estimasi tanpa memasukkan variabel interaksi yaitu (KP*PKME), sehingga hanya mengestimasi dengan dua variabel eksogen yaitu KP dan PKME yang digunakan untuk memprediksi variabel K. Hasil dari *output* estimasi ini digunakan untuk menghitung nilai *loading factor* dan nilai *error variance* dari indikator laten interaksi. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai *loading factor* dan nilai *error variance* indikator laten interaksi seperti yang dijabarkan berikut:

Rumus untuk menghitung nilai *loading factor* indikator laten interaksi

$$\lambda_{\text{Interaksi}} = (\lambda_{x1} + \lambda_{x2} + \text{dst}) \times (\lambda_{m1} + \lambda_{m2} + \text{dst})$$

Rumus untuk menghitung nilai *error variance* indikator laten interaksi

$$\begin{aligned} \Theta_q &= (\lambda_{x1} + \lambda_{x2} + \text{dst})^2 \text{Var.}(KP) (\Theta_{m1} + \Theta_{m2} + \text{dst}) + (\lambda_{m1} + \lambda_{m2} \\ &+ \text{dst})^2 \text{Var.}(PKME) (\Theta_{x1} + \Theta_{x2} + \text{dst}) + (\Theta_{x1} + \Theta_{x2} + \text{dst}) \\ &(\Theta_{m1} + \Theta_{m2} + \text{dst}) \end{aligned}$$

Sumber: Ghazali (2014)

Keterangan:

$\lambda_{\text{Interaksi}}$ adalah *loading factor* dari variabel laten interaksi

Θ_q adalah *error variance* dari variabel laten interaksi

b. Tahap kedua

Setelah mendapatkan nilai λ Interaksi dan nilai Θ_q dari tahap pertama, maka nilai-nilai ini dimasukkan kedalam model dengan variabel laten interaksi. Hasil perhitungan dari nilai *loading factor* interaksi digunakan untuk menetapkan nilai parameter nilai *loading* interaksi dan hasil perhitungan dari nilai *error variance* digunakan untuk menetapkan *error variance* variabel interaksi.

Berikut ini langkah-langkah yang dilakukan untuk menghitung nilai *loading factor* dan *error variace* variabel interaksi dengan *Moderated Structural Equation Modelling* (MSEM).

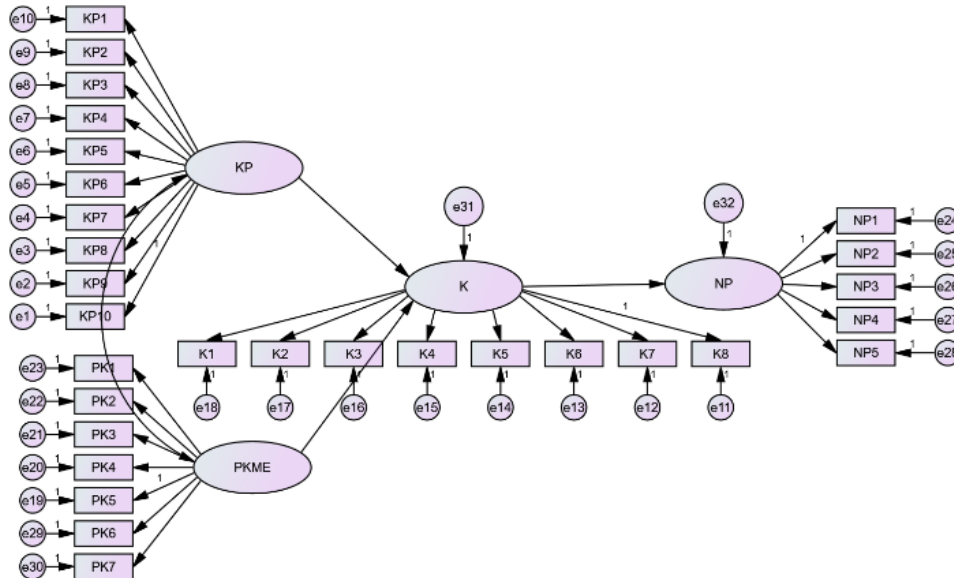
a. Langkah pertama

Mendefinisikan operasional variabel pada penelitian ini.

- 1) Kepuasan pelanggan (X) memiliki 10 indikator item pertanyaan yang akan disimbolkan dengan kode KP (KP1, KP2, KP3, dst)
- 2) Kepercayaan (Y) memiliki 8 indikator item pertanyaan yang akan disimbolkan dengan kode K (K1, K2, K3, dst)
- 3) Persepsi keefektifan mekanisme *e-commerce* (M) memiliki 7 indikator item pertanyaan yang akan disimbolkan dengan kode PK (PK1, PK2, PK3, dst)
- 4) Niat pembelian kembali (Z) memiliki 5 indikator item pertanyaan yang akan disimbolkan dengan kode NP (NP1, NP2, NP3, dst)

b. Langkah kedua

Membuat model dan mengestimasi konstruk tanpa menggunakan variabel interaksi untuk mendapatkan nilai *loading factor* dan *error variance* variabel interaksi.



Gambar 4.3
Model Konstruk Tanpa Interaksi AMOS.

Setelah membuat model konstruk tanpa interaksi di amos kemudian di *running* untuk mendapatkan nilai *loading factor* dan *error variance* variabel interaksi, dan hasil *running* tahap pertama tanpa variabel interaksi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Nilai *Loading Factor*

			Estimate				Estimate
K	<---	KP	.256	K4	<---	K	.460
K	<---	PKME	.406	K3	<---	K	.499
NP	<---	K	.319	K2	<---	K	.503
KP10	<---	KP	.555	K1	<---	K	.467
KP9	<---	KP	.444	PK5	<---	PKME	.742
KP8	<---	KP	.364	PK4	<---	PKME	.760

			Estimate				Estimate
KP7	<---	KP	.514	PK3	<---	PKME	.495
KP6	<---	KP	.743	PK2	<---	PKME	.532
KP5	<---	KP	.483	PK1	<---	PKME	.543
KP4	<---	KP	.622	NP1	<---	NP	1.150
KP3	<---	KP	.584	NP2	<---	NP	.619
KP2	<---	KP	.651	NP3	<---	NP	-.009
KP1	<---	KP	.616	NP4	<---	NP	-.050
K8	<---	K	.559	NP5	<---	NP	.203
K7	<---	K	.408	PK6	<---	PKME	.282
K6	<---	K	.621	PK7	<---	PKME	.353
K5	<---	K	.587				

Sumber: Data primer yang diolah, lampiran 3

Hasil dari Tabel 4.3 menerangkan tentang nilai *loading factor* semua item pertanyaan dari semua variabel penelitian, dimana nilai ini untuk menghitung nilai *loading* dari variabel interaksi ($\lambda_{\text{Interaksi}}$).

Tabel 4.4
Hasil Error Variance

	Estimate		Estimate		Estimate
KP	.140	e9	.336	e20	.267
PKME	.306	e10	.241	e21	.973
e31	.097	e11	.336	e22	.801
e32	.834	e12	.442	e23	.415
e1	.314	e13	.294	e24	-.226
e2	.738	e14	.298	e25	.478
e3	.582	e15	.563	e26	1.060
e4	.438	e16	.449	e27	1.172
e5	.262	e17	.399	e28	1.014
e6	.512	e18	.457	e29	.452
e7	.384	e19	.250	e30	.434
e8	.378				

Sumber: Data primer yang diolah, lampiran 3

Hasil dari Tabel 4.4 menerangkan tentang nilai *error variance* dari semua item pertanyaan semua variabel penelitian, dimana nilai ini untuk menghitung nilai *error variance* dari variabel interaksi (Θ_q).

c. Langkah ketiga

Menghitung nilai *loading* dan *error variance* variabel interaksi dengan memasukkan nilai yang didapat dari Tabel 4.1 dan 4.2 kedalam rumus λ Interaksi dan Θ_q , sehingga di dapatkan hasil seperti di bawah ini.

1) Perhitungan manual nilai *loading* untuk variabel interaksi:

$$\begin{aligned}\lambda_{\text{Interaksi}} &= (\lambda_{x1} + \lambda_{x2} + \lambda_{x3} + \lambda_{x4} + \lambda_{x5} + \lambda_{x6} + \lambda_{x7} + \lambda_{x8} + \lambda_{x9} + \\ &\quad \lambda_{x10}) \times (\lambda_{m1} + \lambda_{m2} + \lambda_{m3} + \lambda_{m4} + \lambda_{m5} + \lambda_{m6} + \lambda_{m7}) \\ &= (0,616 + 0,651 + 0,584 + 0,622 + 0,483 + 0,743 + 0,514 + 0,364 \\ &\quad + 0,444 + 0,555) \times (0,543 + 0,532 + 0,495 + 0,760 + 0,742 + \\ &\quad 0,353 + 0,282) \\ &= 5,576 \times 3,707 \\ &= 20,670\end{aligned}$$

Jadi, nilai *loading* untuk variabel interaksi sebesar 20,670.

2) Perhitungan manual nilai *error variance* untuk variabel interaksi:

$$\begin{aligned}\Theta_q &= (\lambda_{x1} + \lambda_{x2} + \lambda_{x3} + \lambda_{x4} + \lambda_{x5} + \lambda_{x6} + \lambda_{x7} + \lambda_{x8} + \lambda_{x9} + \lambda_{x10})^2 \\ &\quad \text{Var.}(KP) (\Theta_{m23} + \Theta_{m22} + \Theta_{m21} + \Theta_{m20} + \Theta_{m19} + \Theta_{m29} + \\ &\quad \Theta_{m30}) + (\lambda_{m1} + \lambda_{m2} + \lambda_{m3} + \lambda_{m4} + \lambda_{m5} + \lambda_{m6} + \lambda_{m7})^2 \\ &\quad \text{Var.}(PKME) (\Theta_{x1} + \Theta_{x2} + \Theta_{x3} + \Theta_{x4} + \Theta_{x5} + \Theta_{x6} + \Theta_{x7} + \\ &\quad \Theta_{x8} + \Theta_{x9} + \Theta_{x10}) + (\Theta_{x1} + \Theta_{x2} + \Theta_{x3} + \Theta_{x4} + \Theta_{x5} + \Theta_{x6} + \\ &\quad \Theta_{x7} + \Theta_{x8} + \Theta_{x9} + \Theta_{x10}) (\Theta_{m23} + \Theta_{m22} + \Theta_{m21} + \Theta_{m20} + \\ &\quad \Theta_{m19} + \Theta_{m29} + \Theta_{m30})\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= (0,616 + 0,651 + 0,584 + 0,622 + 0,483 + 0,743 + 0,514 + 0,364 \\
&\quad + 0,444 + 0,555)^2 \times (0,140) \times (0,415 + 0,801 + 0,973 + 0,267 + \\
&\quad 0,250 + 0,452 + 0,434) + (0,543 + 0,532 + 0,495 + 0,760 + 0,742 \\
&\quad + 0,282 + 0,353)^2 \times (0,306) \times (0,314 + 0,738 + 0,582 + 0,438 + \\
&\quad 0,262 + 0,512 + 0,384 + 0,378 + 0,336 + 0,241) + (0,314 + 0,738 \\
&\quad + 0,582 + 0,438 + 0,262 + 0,512 + 0,384 + 0,378 + 0,336 + \\
&\quad 0,241) \times (0,415 + 0,801 + 0,973 + 0,267 + 0,250 + 0,452 + \\
&\quad 0,434) \\
&= 5,576^2 \times (0,140) \times 3,611 + 3,707^2 \times (0,306) \times 4,185 + 4,185 \times \\
&\quad 3,611 \\
&= 31,091 \times (0,140) \times 3,611 + 13,741 \times (0,306) \times 4,185 + 15,112 \\
&= 15,718 + 17,596 + 15,112 \\
&= 48,426
\end{aligned}$$

Jadi, nilai *error variance* untuk variabel interaksi sebesar 48,426, setelah mendapatkan nilai *loading factor* dan *error variance*, variabel interaksi kemudian dikonstrains terhadap model penelitian, sehingga bisa melihat ada atau tidaknya pengaruh dari variabel moderasi pada penelitian ini.

2. Analisa data *Moderated Structural Equation Modelling* (MSEM)

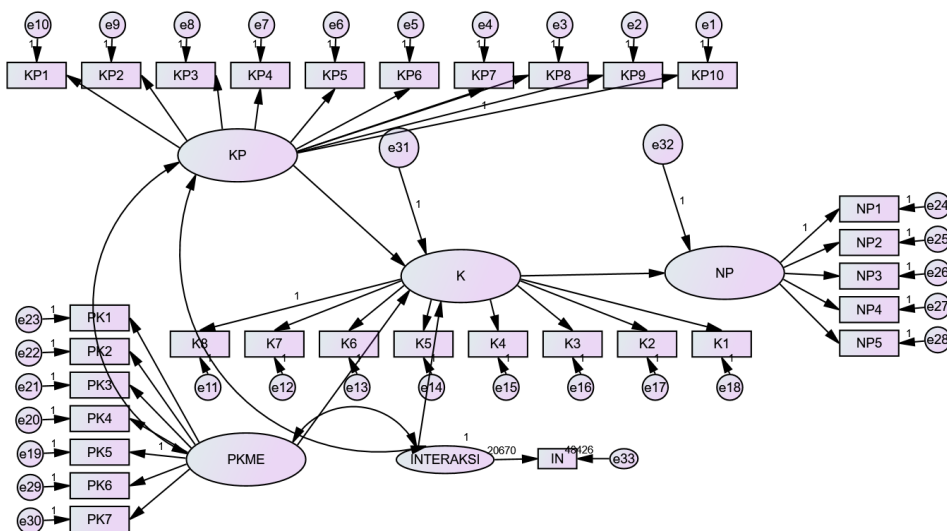
Setelah mendapatkan nilai *loading factor* dan *error variance* laten variabel interaksi kemudian dikonstrains terhadap pemodelan *Structural Equation Modelling* yang mana diolah menggunakan *software* amos versi 23, dan berikut tahapan-tahapan analisis *moderated structural equation modelling* yang harus dipenuhi.

a. Pengembangan model berdasarkan teori

Pemodelan SEM pada penelitian ini telah didasari teori yang kuat dan telah di konfirmasi oleh beberapa penelitian terdahulu seperti yang dijelaskan pada bab 2, dan seperti yang disampaikan oleh Ghozali (2011) bahwa hubungan kausalitas antar variabel yang diasumsi oleh peneliti bukan senantiasa hanya didasari dari metode analisis yang dipilih tetapi harus didasari oleh teori yang kuat.

b. Menyusun diagram jalur

Membuat diagram jalur adalah langkah kedua dari analisis data SEM, dalam penyusunan diagram jalur memperhatikan hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan persamaan struktural, diagram jalur pada penelitian ini tertera pada gambar 4.4 di bawah ini:



Sumber: input AMOS versi 23

Gambar 4.4
Pemodelan Moderated Structural Equation Modelling

c. Merubah diagram jalur menjadi matrik input

Tahapan ini merubah diagram jalur menjadi matrik input model persamaan struktural maupun model pengukuran struktural.

d. Memilih matrik input dan estimasi model

1) Matrik input

Pada tahap ini data input yang berasal dari peneliti yang bersifat mentah di masukan ke dalam AMOS, akan tetapi program merubah data tersebut menjadi data matrik kovarian atau matrik korelasi.

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa penggunaan input matrik varian/kovarian digunakan untuk menguji teori, tetapi jika peneliti hanya ingin melihat pola hubungan yang tidak diperlukan uji teori maka input matrik korelasi cukup dapat diterima untuk model penelitian, dan dalam penelitian ini jenis input matrik yang digunakan adalah input matrik varian/kovarian.

2) Estimasi model

Teknik estimasi model persamaan struktural memiliki banyak jenis salah satunya adalah menggunakan *maximum likelihood estimation* (ML) dimana teknik ini jika digunakan akan lebih efisien dan unbiased jika asumsi norma multivariate telah terpenuhi, akan tetapi masih banyak teknik estimasi model yang tidak sensitif terhadap normalitas data seperti *weighted least squares* (WLS), *generalized least squares* (GLS) dan *asymptotically distribution free* (ADF) (Ghozali, 2011).

Pada penelitian ini estimasi model yang digunakan adalah *Maximum Likelihood Estimation* (ML), karena penelitian ini menggunakan estimasi

model tersebut maka sampel yang diperlukan minimal 100 dan direkomendasikan maksimal 200 untuk hasil *goodness-of-fit* yang baik (Ghozali, 2011).

e. Menilai identifikasi model struktural

Pada tahapan ini, model diidentifikasi apakah ada hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningless*, jika terdapat *meaningless* berarti model penelitian terdapat masalah identifikasi, problem identifikasi adalah ketidakmampuan *proposed model* untuk menghasilkan *unique estimate*.

Indikator cara menentukan model layak untuk diteruskan ke tahap selanjutnya adalah dengan melihat hasil identifikasi, model identifikasi pada pemodelan struktural ada 3 yaitu model *unidentified*, *just identified* dan *overidentified*. Model identifikasi dapat dikatakan layak jika model tersebut *overidentified* dengan *degrees of freedom* bernilai positif. Ghozali (2011)

Tabel 4.5
Perhitungan Degrees of Freedom

Number of distinct sample moments	496
Number of distinct parameters to be estimated	68
Degrees of freedom (496 - 68)	428

Sumber: Data primer yang diolah, Lampiran 4

Pada penelitian di atas yang diolah menggunakan AMOS versi 23 menyatakan bahwa *degrees of freedom* bernilai 428 atau positif maka dapat dikatakan bahwa model tersebut termasuk *overidentified* dan layak untuk di teruskan ke tahap selanjutnya.

f. Evaluasi model struktural

Pada tahapan evaluasi model struktural terdapat beberapa kriteria yang harus terpenuhi, yang di uraikan di bawah ini:

1) Ukuran sampel

Pada penelitian ini jumlah sampel berjumlah 176, dimana jumlah sampel ini sudah masuk kedalam ketentuan SEM dengan estimasi model *maximum likelihood* yakni 100-200 sampel.

2) *Confirmatory factor analysis*

Tabel 4.6
Hasil Uji *Confirmatory Factor Analysis*

			Estimate				estimate
K	<---	KP	.563	K4	<---	K	.668
K	<---	PKME	.532	K3	<---	K	.504
K	<---	INTERAKSI	.661	K2	<---	K	.520
NP	<---	K	.523	K1	<---	K	.671
KP10	<---	KP	.561	PK5	<---	PKME	.593
KP9	<---	KP	.563	PK4	<---	PKME	.536
KP8	<---	KP	.559	PK3	<---	PKME	.629
KP7	<---	KP	.535	PK2	<---	PKME	.615
KP6	<---	KP	.606	PK1	<---	PKME	.598
KP5	<---	KP	.579	NP1	<---	NP	1.151
KP4	<---	KP	.503	NP2	<---	NP	.619
KP3	<---	KP	.542	NP3	<---	NP	.609
KP2	<---	KP	.588	NP4	<---	NP	.650
KP1	<---	KP	.509	NP5	<---	NP	.601

			Estimate				estimate
K8	<---	K	.543	PK6	<---	PKME	.518
K7	<---	K	.694	PK7	<---	PKME	.654
K6	<---	K	.614	IN	<---	INTERAKSI	90.572
K5	<---	K	.593				

Sumber: Data primer yang diolah, Lampiran 4

Pada Tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa semua indikator memiliki nilai estimate *loading factor* $\geq 0,50$ maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator telah menggambarkan variabel yang diukurnya dan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya.

3) Normalitas data

SEM sangat sensitif terhadap karakteristik distribusi data khususnya distribusi data yang melanggar normalitas *multivariate* atau adanya kurtosis yang tinggi, maka SEM mengharuskan distribusi data bersifat normal secara *multivariate* (Ghozali, 2011).

Dalam output AMOS, uji normalitas dilakukan dengan membandingkan nilai *critical ratio* (CR) pada *assessment of normality* dengan kritis $\pm 2,58$ pada level 0,01. Jika ada nilai CR yang lebih besar dari nilai kritis maka distribusi data tersebut tidak normal secara *univariate*. Sedangkan secara *multivariate* dapat dilihat pada c.r baris terakhir dengan ketentuan yang sama (Ghozali, 2011).

Tabel 4.7
Penilaian Normalitas Data

Variable	Min	Max	skew	c.r.	Kurtosis	c.r.
IN	392.000	1680.000	.228	1.234	.227	.615
PK7	2.000	5.000	-.504	-2.728	.475	1.287
PK6	2.000	5.000	-.029	-.155	-.536	-1.451
NP5	1.000	5.000	-.204	-1.105	-.640	-1.734
NP4	1.000	5.000	-.219	-1.185	-.638	-1.727
NP3	1.000	5.000	-.302	-1.634	-.436	-1.181
NP2	1.000	5.000	-.586	-3.174	.275	.744
NP1	1.000	5.000	-.408	-2.212	.434	1.176
PK1	2.000	5.000	-.210	-1.138	-.295	-.800
-	-	-	-	-	-	-
Multivariate					9.014	1.934

Lanjutan di lampiran 4

Sumber: Data primer yang diolah, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas menunjukkan uji normalitas secara *univariate* mayoritas berdistribusi normal karena nilai *critical ratio* (c.r) untuk kurtosis (keruncingan) maupun *skewness* (kemencengan), berada dalam rentang $\pm 2,58$. Sedangkan secara *multivariate* data memenuhi asumsi normal karena dengan nilai 1,934 yang mana berada di dalam rentang -2,58 sampai dengan +2,58.

4) Data *Outliers*

Outlier adalah sebuah hasil observasi yang muncul dengan nilai-nilai yang berbeda yang ekstrim baik secara *univariate* atau *multivariate*. Data dikatakan *outliers* yakni $p^2 < 0,05$, dan jika terdapat data *outliers* maka dilakukan eliminasi pada data tersebut sebelum melangkah ke tahapan selanjutnya, karena dalam asumsi *structural equation modelling* tidak memperbolehkan adanya data *outliers*.

Tabel 4.8
Pengamatan Data *Outliers*

Observation Number	Mahalanobis d-square	p1	p2
21	76.251	.000	.056
163	72.726	.000	.050
129	64.008	.000	.051
13	63.889	.000	.052
172	62.260	.001	.072
-	-	-	-
-	-	-	-

Lanjutan di lampiran 4

Sumber: data primer yang diolah, Lampiran 4

Berdasarkan dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa pada data penelitian ini tidak terdapat data *outliers* dikarenakan pada p2 tidak ada nilai yang $<0,05$, maka setelah tidak ada data *outliers*, dapat melanjutkan ketahapan selanjutnya.

g. Menilai kriteria *goodness-of-fit*

Setelah semua asumsi SEM terpenuhi dengan berbagai macam kriteria langkah selanjutnya adalah melakukan *overall model fit* dengan berbagai macam kriteria penilaian model fit.

Tabel 4.9
Goodness of Fit Index

<i>Goodness of Fit Index</i>	Model Penelitian	<i>Cutt off Value</i>	Evaluasi Model	
			Sumber	Kriteria
X^2 <i>Chi-Square</i>	1573,537	Diharapkan kecil	Ghozali (2011)	Tidak Fit
<i>Probability</i>	0,000	$\geq 0,05$	Ghozali (2011)	Tidak Fit
RMSEA	0,124	$\leq 0,08$	Ghozali (2011)	Tidak Fit
GFI	0,924	$\geq 0,90$	Ghozali (2011)	Fit
AGFI	0,911	$\geq 0,90$	Ghozali (2011)	Fit
CMIN/DF	3,676	$\leq 2,00$	Ghozali (2011)	Tidak Fit
TLI	0,579	$\geq 0,95$	Ghozali (2011)	Tidak Fit
CFI	0,612	$\geq 0,95$	Ghozali (2011)	Tidak Fit

Sumber: Data primer yang diolah, Lampiran 4

Berdasarkan data dari Tabel 4.9 di atas menunjukkan GFI (0,924) dan AGFI (0,911) berada dalam kategori fit dan nilai *Chi-square* (1573,537), *Probability* (0,000), RMSEA (0,124), CMIN/DF (3,676), TLI (0,579), dan CFI (0,612) berada dalam kategori tidak fit.

Pada hasil uji *Goodness of Fit* di atas hanya terdapat dua kriteria yang dinyatakan fit, maka peneliti mengacu pada prinsip parsimony yang dikemukakan oleh Arbuckle dan Worthe (1999) dalam Solimun (2004) yakni apabila terdapat satu atau dua kriteria yang telah terpenuhi (fit) maka model secara keseluruhan dapat dikatakan baik atau diterima. Maka, dari prinsip tersebut hasil pengujian model persamaan struktural tersebut diterima dan dapat dilakukan analisis selanjutnya

3. Pengujian hipotesis

Tahapan selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis, dan uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan *regression weights*, kriteria untuk pengujian hipotesis merujuk pada Ghozali (2011) yang berpendapat bahwa jika nilai *critical ratio* (CR) >1,96 dan *p-value* dengan perbandingan taraf signifikansi ($\alpha=5\%$) atau <0,05 maka variabel *eksogen* berpengaruh terhadap variabel *endogen*, tetapi jika CR <1,96 dan *p-value* >0,05 maka variabel *eksogen* tidak berpengaruh terhadap variabel *endogen*, CR dengan (***) tiga bintang berarti bernilai nilai sangat rendah yaitu <0,001

Tabel 4.10
Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	C.R.	P	Keterangan
1	Kepuasan pelanggan terhadap Kepercayaan	2,826	0,005	Positif Signifikan
2	PKME terhadap kepercayaan	2,533	0,011	Positif Signifikan
3	Kepercayaan terhadap niat pembelian kembali	3,976	***0,001	Positif Signifikan
4	Interaksi terhadap Kepercayaan	3,880	***0,001	Positif Signifikan

Sumber: data primer yang diolah, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.10, menerangkan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan dengan nilai CR (2,826) dan P (0,005), variabel PKME juga memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepercayaan dengan nilai CR (2,533) dan P (0,011) walaupun tidak

menjadi sebuah hipotesis pada penelitian ini, variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian kembali, dengan nilai CR (3,976) dan P (***/0,001), serta variabel interaksi antara kepuasan dan PKME memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan dengan nilai CR (3,880) dan P (***/0,001) jadi dapat diambil kesimpulan bahwa variabel PKME mampu memoderasi hubungan antara kepuasan dengan kepercayaan.

a. Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Berdasarkan hasil analisis nilai C.R yang dimiliki adalah 2,826 dan tingkat signifikansi $P < 0,05$ yaitu 0,005, Maka berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh terhadap kepercayaan pada vendor secara positif signifikan.

b. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan PKME memoderasi hubungan antara kepuasan dengan kepercayaan pada vendor secara positif dan signifikan. Berdasarkan hasil analisis nilai C.R dan nilai P variabel interaksi antara kepuasan dan PKME terhadap kepercayaan adalah CR (3,880) dan P (***/0,001). Maka berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel PKME mampu memoderasi hubungan antara kepuasan dengan kepercayaan pada vendor secara positif signifikan.

c. Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian kembali. Berdasarkan hasil analisis nilai C.R yang dimiliki adalah 3,976 dan tingkat signifikansi $P < 0,05$ yaitu (***/0,001). Maka berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel kepercayaan pada vendor berpengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian kembali.

D. Pembahasan

1. Kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan pada vendor secara positif signifikan

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa hipotesis 1 menyatakan kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada vendor di Lazada, dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima karena adanya pengaruh hubungan antar variabel. Pada hipotesis ini maka sejalan dengan hasil penelitian Bao dkk (2016) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pada vendor dan didukung oleh Fang dkk (2014) yang menyatakan bahwa kepuasan terhadap pengalaman pembelian sebelumnya memungkinkan konsumen untuk membentuk opini positif terhadap vendor sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap vendor tersebut.

2. PKME mampu memoderasi hubungan antara kepuasan dengan kepercayaan pada vendor secara positif signifikan

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa hipotesis 2 menyatakan PKME mampu memoderasi hubungan antara kepuasan dengan kepercayaan pada vendor secara positif signifikan, dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima karena adanya pengaruh hubungan antar variabel. Pada hipotesis ini maka sejalan dengan hasil penelitian Fang dkk (2014) yang menyatakan bahwa persepsi keefektifan mekanisme *e-commerce* memoderasi hubungan antara kepuasan dengan kepercayaan dan Fang (2014) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen atau PKME dipengaruhi oleh pengalaman berbelanja sebelumnya, apabila konsumen merasa puas pada pengalaman sebelumnya maka PKME atau persepsi konsumen tersebut akan semakin tinggi.

3. Kepercayaan pada vendor berpengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian kembali

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa hipotesis 3 menyatakan kepercayaan pada vendor berpengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian kembali, dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima karena adanya pengaruh hubungan antar variabel. Pada hipotesis ini maka sejalan dengan hasil penelitian Bao dkk (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif antara kepercayaan pada vendor terhadap niat pembelian kembali. Kepercayaan mengurangi risiko dan ketidakpastian yang dirasakan konsumen dalam pembelian kembali serta meningkatkan niat pelanggan untuk membeli lagi (Teo dan Liu 2007 dalam Bao dkk 2016).