

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diawali dari bulan Februari 2023 hingga bulan Juli 2023. Lokasi penelitian berada di Kota Lamongan dengan menjadikan UMKM Nasi Boran Lamongan sebagai objek penelitian.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, yang memiliki tujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat diantara variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan atau peristiwa yang terpisah serta menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan konstruksi strategi penelitian yang berfokus pada kuantifikasi dalam pengumpulan dan analisis data, serta dengan pendekatan deduktif untuk menghubungkan antara teori dan penelitian dengan menempatkan pengujian teori (Ismayani 2019:27). Pada hakikatnya penelitian kuantitatif yakni sebuah penyelidikan mengenai masalah atau peristiwa sosial yang didasarkan pada pengujian teori-teori yang berisikan variabel, lalu diukur dengan angka serta dianalisis dengan prosedur statistik.

Urgensi dipilihnya model eksplanatori dalam penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana kontribusi variabel-variabel eksogen terhadap variabel-variabel endogen serta besar arah hubungannya.

3.3 Teknik Sampling

Menurut Ismayani (2019:51) teknik sampling merupakan seperangkat prosedur yang bertujuan untuk memilih unit-unit dari populasi yang dijadikan sebagai sampel. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Menurut Rosyidah *et al.*, (2021:136) *purposive sampling* merupakan sebuah teknik penarikan sampel sumber data dengan kriteria-kriteria tertentu. Dalam artian penarikan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang ditetapkan oleh peneliti guna dijadikan sampel penelitian yakni (1) responden berusia ≥ 18 tahun, hal tersebut lantaran responden dengan kriteria usia tersebut dianggap mampu untuk menjawab pernyataan ataupun memahami butir-butir kuesioner yang diberikan, (2) memiliki pengalaman mencoba/mengonsumsi Nasi Boran Lamongan

Penentuan besaran sampel yang diambil untuk penelitian ini berlandaskan pada kaidah yang dikemukakan oleh Hair *et al.*, (2014:100) “*as general rule, the minimum is to have at least five times as many observations as the number of variables to be analyzed*”. Hal tersebut dapat diartikan bahwa aturan umum yang digunakan minimum harus memiliki setidaknya 5 kali dari banyaknya indikator variabel yang akan diteliti. Alasan peneliti menggunakan kaidah tersebut lantaran jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara konkrit. Maka sampel yang dapat diambil dalam penelitian ini yakni $30 \times 5 = 150$ responden. Jumlah tersebut telah memenuhi kriteria jumlah sampel yang dikemukakan oleh Hair *et al.*, (2014:100) “*preferably the sample size should be 100 or larger*”.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Dalam sebuah penelitian dibutuhkan data sebagai penunjang proses berjalannya penelitian. Pada hakikatnya data merupakan unsur yang berperan penting untuk menjawab suatu problematika yang telah digambarkan dalam kerangka penelitian ataupun hipotesis. Tanpa adanya data, peneliti tidak dapat menganalisis, menemukan jawaban, hingga menarik kesimpulan dan memperoleh solusi untuk suatu permasalahan. Menurut Agustina dalam Rosyidah *et al.*, (2021:66) data adalah keterangan yang berkenaan dengan sesuatu hal yang telah terjadi berupa kumpulan fakta, grafik tabel, angka, lambang huruf, kata yang menunjukkan sesuatu objek serta situasi dan kondisi. Ditinjau dari jenis data, data dibedakan menjadi dua yakni :

a) Data primer

Data primer yaitu data yang hanya mampu diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pertama melalui narasumber (Rosyidah *et al.*, 2021:88).

Data primer mampu didapatkan dengan melakukan penyebaran angket, observasi serta dokumentasi.

b) Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang perolehannya berdasarkan dari data yang telah tersedia sebelumnya (Rosyidah *et al.*, 2021:77). Data sekunder dapat bersumber dari dokumen resmi dari organisasi-organisasi ataupun lembaga, perpustakaan, data hasil survei, ulasan-ulasan konsumen dan lain sebagainya.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk mendapatkan informasi terkait ha-hal yang berhubungan dengan kerangka penelitian yang telah disusun. Pada akhirnya pengumpulan data ini akan membantu menjawab persoalan yang telah dikemukakan dalam hipotesis. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan tiga metode, yaitu:

a) Angket

Angket atau yang biasa disebut dengan kuesioner yaitu instrumen pengumpulan data yang mengandung serangkaian pernyataan tertulis berkaitan dengan kajian permasalahan penelitian, yang ditujukan kepada responden dengan karakteristik tertentu guna mendapatkan jawaban. Penilaian angket dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* 7 poin. *“Seven-point likert items have been shown to be more accurate, easier to use, and a better reflection of a responden’s true evaluation”* (Finstad 2010:109).

Tabel 3. 1
Tabel Skala Pengukuran

Keterangan	Poin
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Tidak Setuju	3
Netral	4
Cukup Setuju	5

Setuju	6
Sangat Setuju	7

Sumber: Munshi (2014:9)

b) Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan serta pencatatan terhadap peristiwa yang terlihat pada objek penelitian (Lubis 2018:31). Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung di tempat terjadinya peristiwa. Adapun tujuan dari observasi yaitu untuk mendapatkan sekumpulan informasi ataupun mengeksplorasi suatu hal yang berkenaan dengan perilaku suatu objek yang diteliti.

c) Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai metode pengumpulan data yang berfokus pada pencarian dokumen atau catatan tertulis dari berbagai sumber. Pengumpul data menggunakan metode dokumentasi, berfokus pada dokumen yang berisi beberapa pokok persoalan tertentu. Dokumen tersebut terbagi menjadi dua jenis, yakni dokumen pribadi dan dokumen resmi. Adapun yang dimaksud dengan dokumen pribadi yaitu dokumen berupa karangan tertulis mengenai pengalaman, tindakan serta kepercayaan seseorang (Lubis 2018:36). Seperti ulasan-ulasan tertulis mengenai pengalaman atau penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang telah dibeli. Dokumen resmi menurut Lubis (2018:37) terbagi menjadi dua jenis, yaitu dokumen internal dan eksternal. Dokumen internal yaitu dokumen yang menyajikan informasi terkait aturan konkrit yang telah dirumuskan oleh suatu lembaga, seperti undang-undang. Adapun yang

dimaksud dengan dokumen eksternal yaitu dokumen yang menyajikan sekumpulan informasi yang dapat dimanfaatkan untuk menelaah konteks sosial, seperti hasil survei yang dirangkum dalam artikel atau berita. Metode dokumentasi dalam penelitian ini tidak hanya berupa dokumen tertulis, melainkan dapat berupa gambar atau foto yang didapatkan oleh peneliti ketika melakukan observasi terhadap suatu objek penelitian.

3.5 Operasional Variabel

Menurut Ngatno (2015:102) variabel dapat diartikan sebagai suatu konsep yang nilainya dapat bermutasi serta berisikan lebih dari satu nilai dalam sebuah kontinum, nilai yang dimaksud dapat berupa nilai mutu (kualitatif) ataupun angka (kuantitatif). Operasional variabel yang dimaksud yakni suatu proses penjabaran variabel yang memiliki variasi-variasi nilai yang telah ditetapkan sebelumnya untuk dianalisis kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga jenis, yaitu variabel eksogen, variabel intervening dan variabel endogen.

3.5.1 Variabel Eksogen (X)

Variabel eksogen merupakan variabel yang mampu diukur, dipilih atau dimanipulasi guna menentukan korelasi dengan gejala yang diamati (Ngatno 2015:106). Peran variabel eksogen yakni mampu memberikan pengaruh terhadap variabel endogen.

a) Persepsi Konsumen

Menurut Handayani (2017:10) persepsi yakni proses interpretasi yang berasal dari penggunaan pengetahuan yang telah diterima melalui alat indera manusia. Pengukuran persepsi konsumen dalam penelitian ini

menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Wardhani *et al.*, (2015:49) yaitu:

1. Lokasi

Lokasi merupakan tempat yang dipilih oleh penjual untuk memasarkan produk mereka. lokasi yang dipilih diharapkan dapat membuat produk yang dijual lebih dikenal dan mudah dijangkau oleh pembeli. Akan lebih baik jika memilih lokasi strategis.

2. Produk

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Jenis produk dapat berupa produk mentah dan matang.

3. Harga

Transaksi dapat terjadi jika pembeli mengetahui harga produk yang ia beli. Harga merupakan nilai dari suatu benda. Pematokan harga produk akan lebih baik jika sesuai dengan kualitas produk.

4. Promosi

Dalam dunia bisnis promosi memegang peranan penting. Tanpa adanya promosi produk yang dijual tidak akan dikenal. Promosi merupakan kegiatan memperkenalkan produk kepada khalayak luas agar produk yang dijual dapat dikenal sehingga mendatangkan pembeli.

5. Fasilitas

Fasilitas dapat dikatakan sebagai sarana dalam melakukan suatu kegiatan. Menyediakan fasilitas usaha yang memadai dan nyaman akan berdampak pada efisiensi dan efektifitas suatu kegiatan usaha.

6. Citra Pengembang

Citra pengembang mengacu pada penjual yang memasarkan produk. Pada umumnya pembeli akan memperhatikan tampilan penjual. Selain itu pembeli juga mempertimbangkan kualitas produk yang dijual. sering ditemui dalam kegiatan jual beli pada UKM, pembeli memperhatikan tampilan penjual seperti kebersihan, dan kerapian.

a) Gaya Hidup

Menurut Kotler dalam Jauzi (2011:173) gaya hidup ialah menunjukkan bagaimana kehidupan seseorang yang terekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Pengukuran gaya hidup dalam penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Kucukemiroglu dan Kara dalam buku Jauzi (2011:213) yaitu:

1. *How we live*

Merupakan suatu gambaran bagaimana pola kehidupan seseorang itu terbentuk yang dapat ditinjau dari pengalokasian waktu serta mampu membentuk kepribadian.

2. *Activities*

Aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang berkaitan dengan siklus kehidupan yang dijalani.

3. *Interest*

Ketertarikan seseorang terhadap sesuatu hal baik itu benda ataupun hobi.

4. *Like/Dislike*

Manusia pada dasarnya memiliki perasaan suka atau tidak suka terhadap sesuatu hal yang ada di kehidupan mereka.

5. *Consumptions*

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan konsumsi produk ataupun menggunakan jasa.

6. *Feelings*

Merupakan perasaan yang ada pada diri manusia. Manusia pada hakikatnya memiliki perasaan yang tersimpan dalam lubuk hati mereka. seperti perasaan senang, sedih, kecewa, marah dsb. Perasaan-perasaan tersebut hadir dalam kehidupan manusia dan mampu mempengaruhi kehidupan yang mereka jalani.

b) Diversifikasi Produk

Menurut Asep dalam Indrasari (2019:29) menyebutkan bahwa keragaman produk merupakan suatu keadaan yang tercipta dari ketersediaan produk dalam kuantitas dan jenis yang bervariasi, sehingga berdampak pada banyaknya pilihan dalam proses pembelian. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel diversifikasi produk menurut Benson dalam buku Indrasari (2019:32) yaitu:

1. Ukuran produk

Ukuran produk merupakan besar atau kecilnya suatu produk yang dijual. ukuran produk menjadi pertimbangan pembeli dalam memilih produk yang akan mereka beli.

2. Jenis produk

Jenis produk merupakan macam produk yang memiliki sifat. Suatu produk memiliki macam produk turunan ataupun versi yang dapat dipilih oleh pembeli.

3. Desain Produk

Desain produk merupakan kerangka bentuk ataupun corak yang dimiliki oleh suatu produk yang dijual. desain dari suatu produk seharusnya harus mengikuti perkembangan *trend* pasar, menarik dan mampu memenuhi selera konsumen/pembeli.

4. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan mutu yang ada pada produk yang dijual. mutu produk berkenaan dengan baik atau buruknya suatu produk.

c) Kualitas Produk

Menurut Tjiptono dalam jurnal Riswan *et al.*, (2022:276) kualitas produk ialah suatu kegiatan penawaran produk yang dilakukan guna memenuhi permintaan atau kebutuhan konsumen dengan memperhatikan ketepatan penyampaian serta berusaha memenuhi ekspekstasi konsumen. Indikator kualitas produk menurut Indrasari (2019:33) yakni:

1. Kinerja

Kinerja merupakan suatu capaian ataupun performasi yang ada pada suatu produk. Produk yang dijual sebaiknya mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Daya tahan

Daya tahan merupakan ketahanan produk atau berkenaan dengan usia produk.

3. Kesesuaian

Setiap pembeli sudah pasti menginginkan kesesuaian antara gambaran atau ciri dengan realita produk yang mereka beli.

4. Kesan Kualitas

Kesan kualitas produk merupakan gambaran kualitas yang tampak pada kesan pertama konsumen ketika melihat produk yang ingin mereka beli.

3.5.2 Variabel Intervening (Z)

Dalam hal ini peran variabel intervening yakni memediasi/sebagai mediator.

a) Kepuasan Konsumen

Pendapat Apriliyani (2017:3) kepuasan konsumen merupakan perbandingan performa produk yang dihasilkan dengan performa yang diharapkan dimana dapat menimbulkan perasaan senang atau kecewa. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen menurut Tjiptono dalam buku Indrasari (2019:92) yakni:

1. Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan merupakan kesesuaian performansi produk yang dibeli oleh konsumen, dalam hal ini produk mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Baik dilihat dari desain, rasa, ataupun warna yang mampu menimbulkan rasa puas di benak konsumen.

2. *Re-purchase*

Merupakan kegiatan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen ketika mereka merasa puas akan produk yang mereka beli.

3. *Recommended*

Pengalaman baik atau buruk yang dialami konsumen ketika mereka telah membeli suatu produk akan berpotensi menimbulkan tingkat kepercayaan. Di era saat ini ulasan seseorang terhadap suatu produk sangat berpengaruh, pada umumnya konsumen akan merekomendasikan produk yang dirasa memiliki kualitas yang baik kepada seseorang lainnya.

3.5.3 Variabel Endogen (Y)

Menurut Ngatno (2015:108) variabel endogen dapat diartikan sebagai variabel terikat, yang memiliki nilai bergantung pada variabel eksogen. Dalam hal ini variabel endogen akan dipengaruhi oleh variabel eksogen.

a) Eksistensi Usaha

Menurut Syarif (2019:21) eksistensi adalah keberadaan suatu individu berbaur dalam lingkungan sosial kehidupan yang mengharapkan adanya pengakuan. Untuk mengukur eksistensi usaha dalam penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan dalam jurnal Andriani (2013:256), yaitu:

1. Kenyamanan

Kenyamanan merupakan suatu kondisi yang dianggap layak atau baik dan menimbulkan rasa nyaman.

2. Keamanan

Kondisi aman tentu sangat diharapkan oleh setiap orang dalam menjalankan aktivitas dalam kehidupannya.

3. Harga barang

Harga merupakan nilai dari suatu benda. Pematokan harga produk akan lebih baik jika sesuai dengan kualitas produk. Harga barang tentu menjadi pertimbangan konsumen ketika membeli barang.

4. Ragam barang

Ragam barang merupakan keanekaragaman jenis atau turunan barang yang disediakan oleh penjual untuk pembeli.

5. Kemudahan Pencapaian

Kemudahan pencapaian merupakan jangkauan suatu produk. Dalam artian apakah produk yang dijual mudah didapatkan.

6. Kualitas

Kualitas merupakan suatu kondisi produk yang diharapkan dapat memenuhi harapan ataupun ekspektasi konsumen.

7. Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kemudahan yang diberikan dalam kegiatan jual beli barang atau jasa.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data dapat diartikan sebagai cara yang dilakukan untuk mengolah data yang telah dikumpulkan sesuai dengan karakteristik suatu konsep penelitian, kemudian diolah dengan pendekatan-pendekatan secara sistematis, baik pendekatan statistik maupun deskriptif. Hal tersebut guna mendapatkan jawaban ataupun solusi untuk sebuah permasalahan yang telah dikemukakan. Pengolahan data dimaksudkan untuk menguji dugaan-dugaan yang telah dirumuskan. Serta diharapkan mampu menghasilkan temuan baru.

3.6.1 *Structural Equation Modelling (SEM)*

Pendapat Wright dalam buku Hamid *et al.*, (2019:1) *Structural Equation Modelling* yakni suatu teknik analisis data yang berguna untuk melakukan pengujian serta estimasi pada hubungan kausal dengan melakukan integrasi analisis jalur (variabel) dan analisis faktor (indikator). Terdapat dua jenis SEM, yaitu SEM berbasis varian dan kovarian. SEM berbasis varian atau biasa dikenal dengan *component based SEM/Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM)*, merupakan metode yang digunakan untuk menguji hubungan secara prediktif antar

konstruk dengan melihat korelasi atau pengaruh yang ditimbulkan (Hamid *et al.*, (2019:2). Sedangkan SEM berbasis kovarian atau biasa dikenal dengan *covariance based SEM*/(CB-SEM) merupakan metode yang digunakan untuk menguji basis teori yang kuat sekaligus mendapatkan justifikasi pengujian dalam serangkaian analisis yang cenderung kompleks (Hamid *et al.*, 2019:2). Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *component based SEM/Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM), yang menggunakan *software* produk SmartPLS. Hal tersebut dikarenakan :

1. SEM berbasis varian dapat menghasilkan *output* yang efisien sekaligus mudah untuk diinterpretasikan dalam model yang kompleks atau hipotesis model. Dalam artian mampu mengukur *measurement model* dan *structural model* secara bersamaan.
2. PLS-SEM mampu mengolah data set (sampel) yang kecil dan mampu menggunakan skala pengukuran ordinal
3. Data tidak diharuskan berdistribusi normal
4. Mampu digunakan untuk indikator reflektif dan formatif
5. PLS-SEM mampu digunakan untuk suatu penelitian pengembangan teori, “*variance-based structural equation modeling (PLS-SEM) is primarily used to develop theories*” (Hair *et al.*, 2014:26). Dalam hal ini PLS-SEM mampu digunakan untuk pemodelan yang bersifat baru eksploratori dengan landasan teori yang tidak terlalu kuat

3.6.2 Partial Least Square (PLS)

PLS yakni suatu metode statistik multivariat yang mampu menganalisis secara simultan beberapa variabel eksogen dan variabel endogen (Hardisman

2021:3). Menurut Hair *et al.*, (2014:12) model *path* PLS terdiri dari dua elemen yaitu:

1. *Structural model*

Structural model atau biasa disebut dengan inner model dalam PLS-SEM, merupakan representasi konstruk penelitian dimana menampilkan hubungan antar konstruk. dalam artian menunjukkan bagaimana hubungan antar masing-masing variabel latennya.

2. *Measurement model*

Measurement model atau biasa disebut outer model dalam PLS-SEM, menampilkan hubungan masing-masing variabel laten dengan indikatornya.

3.6.3 Measurement Model

1. Uji Validitas Konstruk

Dalam metode PLS-SEM terdapat tahap evaluasi model pengukuran (*outer model*), tahapan tersebut disebut dengan uji validitas konstruk. Jogiyanto berpendapat bahwa cara untuk menguji validitas konstruk (*construct validity*) yaitu dengan melihat korelasi kuat yang ditimbulkan antara konstruk dan item pernyataannya serta korelasi yang lemah dengan konstruk lainnya (Hamid 2019:41). Uji validitas konstruk terdiri dari dua uji diantaranya:

a) Validitas konvergen (*convergent validity*)

Dalam *convergent validity* pengukur-pengukur dari suatu konstruk harus mampu berkorelasi tinggi. suatu uji validitas dengan indikator reflektif dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. nilai

loading factor harus $> 0,7$ serta nilai *Average Variance Inflation Factor* (AVE) harus $> 0,5$.

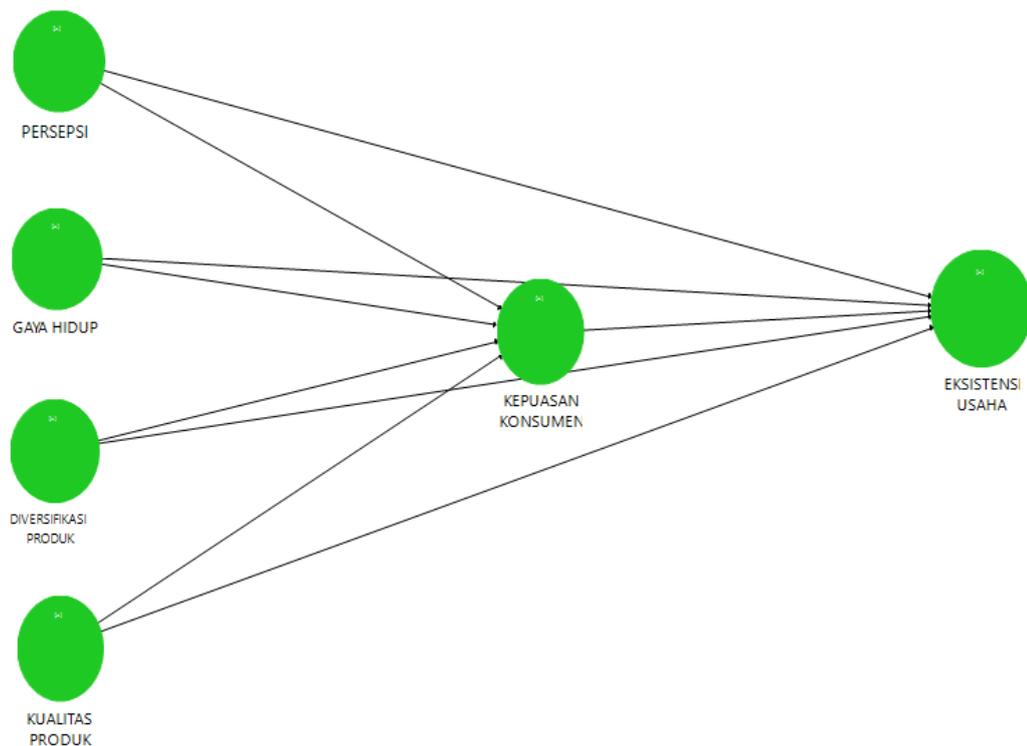
b) Validitas diskriminan (*discriminant validity*)

Dalam *discriminant validity* pengukur-pengukur konstruk yang tidak sama seharusnya tidak berkorelasi. Model memiliki validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruk. menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif dilihat dari nilai *cross loading*, yakni harus $> 0,70$.

2. Uji Reliabilitas

Jogiyanto berpendapat bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan keakurasian, konsistensi serta ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Hamid 2019:41). mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. dapat dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* menunjukkan nilai $\geq 0,7$ dan nilai *cronbach's alpha* menunjukkan nilai $> 0,7$.

3.6.4 Structural Model



Sumber: *Smart PLS 3*, (diolah)

Gambar 3. 1
Structural Model

Structural model digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten atau untuk pengujian hipotesis. Menurut Garson, 2016; Ghazali dan Luthan, 2015; Hair *et al.*, 2017; Wong, 2019 dalam Hardisman (2021:10), dalam analisis struktural terdapat dua indikator penilaian yang dapat digunakan yaitu nilai *R-Square* (R^2) dan nilai signifikansi dari *t* statistik dan *p*.

1. Berdasarkan nilai *R-Square*, hubungan antar variabel laten dapat dinyatakan dalam kriteria nilai:
 - a) Nilai *R-Square* $\geq 0,75$: terindikasikan model kuat
 - b) Nilai *R-Square* $\geq 0,50-0,75$: terindikasikan model moderat
 - c) Nilai *R-Square* $\geq 0,25-0,50$: terindikasikan model lemah

2. Berdasarkan nilai signifikansi

Hipotesis dapat diterima atau model dapat dikatakan layak jika signifikansi nilai t-statistik $> 1,96$ (untuk derajat $[\alpha]$ kemaknaan 5%) dan nilai $p < 0,05$.

3.6.5 Uji Mediasi

Uji mediasi dilakukan guna mengetahui seberapa jauh hubungan keterlibatan mediator dalam memediasi variabel eksogen dengan variabel endogen. Menurut Baron dalam Wardani (2021:37) pengujian mediasi memiliki tiga pengelompokan indikasi :

1. Berindikasi *Non Mediation* bila variabel eksogen dan variabel endogen memiliki hubungan positif dan mediasi negatif
2. Berindikasi *Full Mediation* bila variabel eksogen dan variabel endogen memiliki hubungan negatif dan mediasi positif
3. Berindikasi *Partial Mediation* bila variabel eksogen dan variabel endogen memiliki hubungan positif dan mediasi positif

Dapat pula dilihat jika nilai *P Value* pada *Specific Indirect Effect* $> 0,05$ maka bernilai negatif, di sisi lain jika *P Value* pada *Specific Indirect Effect* $< 0,05$ maka bernilai positif.

3.6.6 Keputusan Hipotesis

1. Menentukan formulasi hipotesis

- a) H_0 : persepsi konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan
- H_1 : persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan
- b) H_0 : gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan
- H_2 : gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan
- c) H_0 : diversifikasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan
- H_3 : diversifikasi produk berpengaruh terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan
- d) H_0 : kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan
- H_4 : kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan
- e) H_0 : persepsi konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Nasi Boran Lamongan
- H_5 : persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Nasi Boran Lamongan
- f) H_0 : gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Nasi Boran Lamongan

- g) H_6 : gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Nasi Boran Lamongan
- h) H_0 : diversifikasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Nasi Boran Lamongan
 H_7 : diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Nasi Boran Lamongan
- i) H_0 : kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Nasi Boran Lamongan
 H_8 : kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Nasi Boran Lamongan
- j) H_0 : kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan
 H_9 : kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap eksistensi usaha Nasi Boran Lamongan

2. Ketentuan t-tabel dan menghitung t-hitung

- a) t-tabel dengan derajat [α] kemaknaan 5%
- b) t-hitung dapat diketahui dari *output* perhitungan PLS pada *Form Path Coeffisien* atau Koefisien Jalur pada t-statistik

3. Kriteria keputusan

- a) Jika nilai t-statistik > nilai t-tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwa terdapat pengaruh yang ditimbulkan dari variabel eksogen terhadap variabel endogen.

- b) Jika nilai t-statistik $<$ nilai t-tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang ditimbulkan dari variabel eksogen terhadap variabel endogen.
 - c) Jika *P Value* $> 0,05$ maka terindikasi tidak signifikan
 - d) Jika *P Value* $\leq 0,05$ maka terindikasi signifikan
4. Kesimpulan

Berdasarkan uraian ketentuan di atas, maka hasil dari perbandingan *output* nilai t-statistik dengan nilai t-tabel ataupun dengan nilai probabilitas berguna untuk menarik serangkaian kesimpulan apakah H_0 ditolak dan H_a diterima atau H_0 diterima atau H_a ditolak

