

Frank Aligarh, M.Sc.

Marita Kusuma Wardani, M.Si., Ak., CA



# **METODOLOGI PENELITIAN AKUNTANSI**

**Buku Penelitian Praktis disertai Aplikasi  
Teknik Analisis Data Smart PLS 3.2.8**



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

**Frank Aligarh, M.Sc.**

**Marita Kusuma Wardani, M.Si., Ak., CA**



# **METODOLOGI PENELITIAN AKUNTANSI**

**Buku Penelitian Praktis disertai Aplikasi  
Teknik Analisis Data Smart PLS 3.2.8**



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta**

## **METODOLOGI PENELITIAN AKUNTANSI**

**Frank Aligarh, M.Sc. © Penulis 2020**

**Marita Kusuma Wardani, M.Si., Ak., CA © Penulis 2020**

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian Atau seluruh buku ini Tanpa seijin tertulis dari penerbit.

METODOLOGI PENELITIAN AKUNTANSI/Frank Aligarh, M.Sc. &  
Marita Kusuma Wardani, M.Si., Ak., CA  
—cet.1.— Yogyakarta : gerbang media aksara, 2020  
vi + 138 hal. 15,5 x 23 cm

ISBN:978-602-6248-84-8

**Cetakan 1 Juni 2020**

CV Gerbang Media Aksara Bekerjasama dengan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta  
Alamat. jl sampangan No 58A, Rt 01 Banguntapan,  
Bantul, Yogyakarta Telp. (0274) 4353651

# KATA PENGANTAR

Assamualaukum Wr.wb

Alhamdulillah puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penyusunan Buku Daras Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta tahun Anggaran 2020 dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan Buku Daras ini memiliki maksud adalah sebagai acuan dan referensi bagi seluruh civitas Akademika di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya bagi Mahasiswa yang sedang menyelesaikan mata kuliah yang tertera dalam judul buku daras ini. Selain itu buku daras ini digunakan sebagai panduan bagi Dosen dalam melaksanakan pembelajaran dan pengajaran kepada mahasiswa.

Buku Daras ini merupakan salah satu program tahunan dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersumber dari anggaran PNBPN yang tertera dalam daftar isian pelaksanaan anggaran tahun 2020

Besar harapan kami buku daras ini memberikan manfaat kepada Dosen, Mahasiswa dan seluruh civitas akademika yang sedang melakukan proses pembelajaran dan perkuliahan pada mata kuliah yang tertera dalam buku ini

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dengan hadirnya buku daras ini semoga memberikan manfaat yang sangat besar kepada peningkatan kualitas dan mutu pembelajaran di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Akhirnya kami ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu dalam proses penyelesaian buku daras ini khususnya kepada para penulis.

Wassalamualaikum wr.wb

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Rahmawan Arifin, SE., M.Si

# KATA PENGANTAR

Penelitian tentang Akuntansi telah berkembang sangat pesat dalam 1 dekade ini. Dalam perkembangannya ada dua bidang akuntansi yang sering dijumpai dalam jurnal-jurnal nasional maupun internasional yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi keperilakuan. Perkembangan tersebut tentunya juga didukung dengan kemajuan analisa statistika yang mampu menjelaskan fenomena-fenomena yang belum bisa dijelaskan analisa statistika sebelumnya. Buku ini disusun untuk memperkaya literatur terutama untuk penelitian akuntansi dan penelitian yang memiliki hubungan antarvariabel yang kompleks dan memiliki sifat *non linier*. Selain itu buku ini juga menyajikan secara teknis mengenai analisis statistik SEM-PLS dengan program Smart-PLS 3.2.8.

Buku ini disusun berdasarkan pengalaman penulis sebagai peneliti aktif dan penulis dalam beberapa jurnal nasional. Oleh karena itu, buku ini juga dilengkapi beberapa contoh mengenai pengalaman penulis dalam meneliti menggunakan SEM-PLS. harapan penulis adalah buku ini bisa membantu mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi atau tesis.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam buku ini. Saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat diharapkan dalam rangka memperbaiki kualitas buku yang diterbitkan oleh penulis.

Terima Kasih

Surakarta, 05 Mei 2020

Penulis

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
<b>BAB I      PENGANTAR PENELITIAN ILMIAH</b>	
<b>AKUNTANSI.....</b>	<b>1</b>
1.1 Konsep Dasar Penelitian Akuntansi.....	2
1.2 Penelitian Metoda Ilmiah dan Penelitian Metoda Naturalis .....	3
<b>BAB II     LATAR BELAKANG PENELITIAN, MASALAH</b>	
<b>PENELITIAN, DAN TUJUAN PENELITIAN .....</b>	<b>7</b>
2.1 Latar Belakang .....	8
2.2 Masalah Penelitian .....	9
2.3 Tujuan Penelitian .....	11
<b>BAB III    KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
3.1 Pendahuluan.....	14
3.2 Pengembangan Teori .....	14
3.3 Hipotesis .....	17
3.4 Kriteria Hipotesis yang Baik .....	17
3.5 Pengembangan Hipotesis .....	17
<b>BAB IV    SAMPEL .....</b>	<b>21</b>
4.1 Populasi dan Sampel .....	22
4.2 <i>Probabilty Sampling</i> .....	22
4.3 <i>Non Probabilty Sampling</i> .....	23
<b>BAB V     METODA SURVEI.....</b>	<b>25</b>
5.1 Apa Itu Survei.....	26
5.2 Survei Internet Vs Survei Manual .....	27
5.3 Kesalahan-Kesalahan Dalam Survei .....	27
<b>BAB VI    RINGKASAN, PEMBAHASAN, SIMPULAN,</b>	
<b>KETERBATASAN, DAN KONTRIBUSI</b>	
<b>PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
6.1 Pendahuluan.....	30

6.2	Ringkasan Penelitian .....	30
6.3	Diskusi atau Pembahasan .....	31
6.4	Kesimpulan .....	32
6.5	Keterbatasan-Keterbatasan Penelitian .....	33
6.6	Kontribusi Penelitian .....	33
<b>BAB VII</b>	<b>PENELITIAN AKUNTANSI KEPERILAKUAN .....</b>	<b>35</b>
7.1	PENDAHULUAN .....	36
7.2	Penelitian-Penelitian Akuntansi Keperilakuan	36
<b>BAB VIII</b>	<b>KONSEP DASAR DAN RUANG LINGKUP</b>	
	<b>STRUCTURAL EQUATIONAL MODELING (SEM) .....</b>	<b>43</b>
8.1	Apa Itu Structural Equational Modelling (SEM)? .	44
8.2	Perbandingan <b>Covariance Based</b> SEM (CB-SEM) dan <i>Variance Based</i> SEM (PLS-SEM)...	45
8.3	Konstruk Reflektif vs Formatif .....	48
<b>BAB IX</b>	<b>MODEL PENGUKURAN (OUTER MODEL)</b>	
	<b>DAN MODEL STRUKTURAL (INNER MODEL) .....</b>	<b>51</b>
9.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	52
9.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	56
<b>BAB X</b>	<b>ANALISIS SEM PLS DENGAN SMART PLS 3.2.8 ..</b>	<b>59</b>
1.1	Instalasi Program SmartPLS 3.2.8 .....	60
1.3	Contoh Aplikasi SmartPLS 3.2.8 dalam sebuah Penelitian .....	61
<b>BAB XI</b>	<b>MODEL PENELITIAN MEDIASI .....</b>	<b>75</b>
11.1	Pengujian Mediasi dengan Program Smart PLS 3.2.8 .....	76
11.2	Mediasi menggunakan Smart PLS 3.2.8.....	76
11.3	Pengujian Mediasi .....	83
<b>BAB XII</b>	<b>MODEL PENELITIAN MODERASI.....</b>	<b>85</b>
12.1	Pengujian Moderasi.....	86
12.2	Langkah-Langkah Analisis Menggunakan Program SmartPLS 3.2.8 .....	89
	DAFTAR PUSTAKA.....	97
	LAMPIRAN	103
	TENTANG PENULIS .....	<b>138</b>

**B A B**  
**I**

**PENGANTAR  
PENELITIAN ILMIAH  
AKUNTANSI**

## 1.1 Konsep Dasar Penelitian Akuntansi

Akuntansi pada dasarnya merupakan disiplin ilmu yang memiliki fungsi untuk menghasilkan informasi yang cepat dan relevan mengenai informasi keuangan baik entitas yang berorientasi profit maupun yang tidak berorientasi profit untuk membantu manajemen dalam membuat keputusan ekonomi.

Dalam proses menghasilkan informasi tentunya tidak bisa lepas dari gejala permasalahan baik unit analisis organisasional maupun individual. Beberapa gejala permasalahan yang mungkin terjadi diantaranya adalah:

- 1) Menurunnya kinerja penjualan
- 2) Meningkatnya perilaku kecurangan (*Fraud*)
- 3) Potensi zakat besar tetapi jumlah pembayaran aktual kecil
- 4) Banyaknya karyawan yang melakukan *turnover*
- 5) Banyaknya manajer yang melakukan *budgetary slack*

Beberapa hal diatas merupakan gejala permasalahan yang butuh dilakukan investigasi agar dapat diidentifikasi sebab utamanya sehingga bisa dicarikan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Dalam melakukan investigasi atau biasa disebut dengan penelitian diperlukan tata cara yang benar dari mendefenisikan masalah sampai pada tataran simpulan. Hal tersebut agar penelitian yang dijalankan dapat memberikan informasi hasil yang dapat bermanfaat untuk kepentingan perusahaan maupun kepentingan teoritis.

Penelitian oleh Sekaran (2003) didefinisikan sebagai suatu investigasi atau keingintahuan saintifik yang terorganisasi, sistematis, berbasis data, kritikal terhadap suatu masalah dengan tujuan menemukan jawaban atau solusinya. Cooper dan Schindler (2014) juga mendefinisikan penelitian bisnis sebagai pencarian yang sistematis yang menyediakan informasi untuk memecahkan permasalahan-permasalahan manajerial.

Penelitian dibidang akuntansi dan bisnis terbagi dalam dua pendekatan yaitu pendekatan metoda ilmiah atau *scientific method* yang sering dikenal dengan pendekatan kauntitatif dan pendekatan metoda naturalis atau yang sering dikenal pendekatan kualitatif. Secara konsep dua pendekatan tersebut memang berbeda tetapi

masing-masing metoda memiliki keunggulan dan kelemahan. Bahkan beberapa penelitian akuntansi dewasa ini mulai menggabungkan dua pendekatan tersebut atau yang sering disebut dengan *multi method*, sebagian ahli metodologi sering menyebut juga dengan *mix method*.

## 1.2 Penelitian Metoda Ilmiah dan Penelitian Metoda Naturalis

Penelitian metoda ilmiah merupakan investigasi yang sistematis, terkendali dan empiris terhadap suatu set hipotesis=hipotesis yang dibangun dari suatu struktur teori. Cooper dan Schindler (2014) dan Hartono (2017) mengidentifikasi beberapa hal penting mengenai penelitian metoda ilmiah yaitu:

- 1) Dapat diobservasi secara langsung terhadap fenomena yang terjadi
- 2) Variabel-variabel, metode-metode dan prosedur-prosedur penelitian didefinisikan secara jelas.
- 3) Hipotesis dapat diuji secara empiris.
- 4) Memiliki kemampuan untuk mengalahkan hipotesis saingan
- 5) Justifikasi kesimpulan dilakukan dengan hasil statistik bukan secara bahasa atau linguistik

Penelitian metoda naturalis berbeda dengan penelitian metoda ilmiah, pendekatan naturalis cenderung tidak terstruktur dalam penelitian. Hal tersebut dikarenakan pembentukan struktur teori yang tidak dilakukan (Hartono, 2017). Menurut Hartono (2017) metoda naturalis ini sesuai dengan *Grounded Theory* yang percaya bahwa cara terbaik menjelaskan dan membangun teori yaitu dengan menemukannya dari data. Penjelasan tersebut berbeda dengan konsep metoda saintifik yang membutuhkan pengujian data secara statistisik untuk membutkikan mengenai sebuah teori.

Beberapa perbedaan antara metoda saintifik dan metoda naturalis dapat dijelaskan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1 Perbedaan Metode Saintifik dan Metoda Naturalis**

<b>Metoda Saintifik</b>	<b>Metoda Naturalis</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan Struktur Teori, karena ingin menguji teori.</li> <li>• Teori digunakan untuk membangun hipotesis-hipotesis. Contoh teori: Teori Agensi, Teori Stakeholder, <i>Theory Planned Behavior</i></li> <li>• Membutuhkan Pengujian secara kuantitatif dan statistik</li> <li>• Penelitian cenderung dilakukan untuk generalisasi (Meluas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak menggunakan Struktur Teori, karena tujuan utama untuk menemukan teori</li> <li>• Hipotesis cenderung tidak ada</li> <li>• Biasanya dalam penelitian tidak menggunakan data kuantitatif dan pengujian statistik. Metoda naturalis cenderung melakukan penelitian eksplorasi yang menggunakan data kualitatif</li> <li>• Penelitian cenderung mendalam karena tidak melibatkan obyek yang banyak.</li> </ul>
<p>Contoh Penelitian Akuntansi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengaruh Pemberian Insentif Dan Tanggung Jawab Personal Terhadap <i>Budgetary Slack</i> (Penelitian oleh Lisa Martiah Nila Puspita dalam Simposium Nasional Akuntansi)</li> <li>• Peran <i>Gender</i> dan Kode Etik dalam Penilaian Moral atas <i>Budgetary Slack</i> ( Penelitian oleh Jurica Lucyanda dan Mahfud Sholihin dalam Simposium Nasional Akuntansi)</li> <li>• Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat (Penelitian Oleh Eko Satrio dalam Simposium Nasional Akuntansi)</li> </ul>	<p>Contoh Penelitian Akuntansi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akuntansi, Spiritualitas, Dan Kearifan Lokal: Beberapa Agenda Penelitian Kritis1 (Penelitian Sujoko Efferin di Jurnal Akuntansi Multi Paradigma)</li> <li>• <i>Management control, culture and ethnicity in a Chinese Indonesian company.</i> Penelitian Sujoko Efferin dan Trevor Hopper di <i>Accounting, Organizations and Society</i>).</li> <li>• <i>Management control and leadership styles in family business An Indonesian case study</i> (Penelitian Sujoko Efferin dan Monika S Hartono di <i>Journal of Accounting, Organizations Change.</i>)</li> </ul>

Sumber: Hartono, (2017)

Penelitian di bidang bisnis khususnya akuntansi memang kecenderungannya menggunakan metoda saintifik dibandingkan metoda naturalis. Walaupun demikian, dewasa ini sudah banyak penelitian akuntansi menggunakan pendekatan kualitatif bahkan adapula yang menggabungkan 2 pendekatan tersebut. Penulis ingin memberikan gambaran mengenai keunggulan dan kelemahan masing masing metoda.

**Tabel 1.2 Keunggulan dan Kelemahan**

<b>Metoda Saintifik</b>	<b>Metoda Naturalis</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (+) Menilai data lebih objektif, karena tidak boleh terpengaruh oleh nilai atau kepercayaan penelitian atau orang lain ( harus <i>value free</i> )</li> <li>• (-) Setting tidak natural (<i>Artificial</i>) ,dapat menurunkan validitas penelitian</li> <li>• (-) Penelitian kurang terfokus tetapi lebih luas, sehingga kurang mendalam</li> <li>• (-) Penelitian biasanya menjelaskan dan memprediksi fenomena yang tampak, sehingga lebih mengarah ke verifikasi teori</li> <li>• (+) Dari segi kemudahan mendapatkan data ,data sekunder yang tersedia dapat digunakan</li> <li>• (+) Eksternal validiti lebih tinggi karena dapat melibatkan permasalahan yang lebih luas menggunakan waktu yang lebih panjang dan jumlah observasi yang lebih banyak sebagai objek penelitian karena tersedia di data sekunder.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (-) Menilai data lebih subjektif, karena hasil observasi langsung pepenelitian dan pepenelitian sendiri yang menyimpulkannya.</li> <li>• (+) <i>Setting natural</i> tidak diubah oleh pepenelitian</li> <li>• (+) Penelitian lebih terfokus dan mendalam</li> <li>• (+) Penelitian lebih mendetail ke hal-hal di bawah permukaan yang belum tampak, seperti misalnya penelitian tentang kultur .Lebih untuk menemukan teori baru</li> <li>• (-) Data primer harus dikumpulkan sendiri oleh pepenelitian yang biasanya melibatkan waktu yang lama (bulanan sampai dengan tahunan) untuk mendapatkannya dengan terlibat langsung sebagai pengobservasi di tempat kejadian</li> <li>• (-) Eksternal validity rendah karena hanya melibatkan satu permasalahan di suatu organisasi saja karena data primer harus diobservasi sendiri yang tidak mungkin dan membutuhkan banyak waktu untuk melibatkan banyak organisasi.</li> </ul>

Sumber: Hartono (2017)



**B A B**

**II**

**LATAR BELAKANG  
PENELITIAN, MASALAH  
PENELITIAN, DAN  
TUJUAN PENELITIAN**

## 2.1 Latar Belakang

Dalam sebuah penelitian hal penting utama yang harus tertulis jelas adalah bagian latar belakang. Latar belakang akan menggambarkan mengapa sebuah penelitian itu penting untuk diteliti. Latar belakang yang baik haruslah memiliki alur cerita yang menarik dan tidak berkepanjangan. Bila pembaca membuka 3 halaman pertama mengenai penelitian dan tidak menemukan mengapa penelitian ini menarik maka bisa dikatakan penelitian tersebut tidak memiliki alur cerita yang baik.

Latar belakang berisi mengenai gejala (*symptom*) atas masalah yang akan diteliti dan gejala merupakan indikasi terjadinya masalah (Hartono, 2017). Gejala permasalahan berbeda dengan masalah itu sendiri, gejala merupakan tanda dari masalah itu sendiri. Sebagai contoh gejala permasalahan yaitu kondisi dimana penjualan perusahaan menurun, ini merupakan gejala permasalahan, bisa jadi masalah utamanya karena tidak efektifnya promosi oleh bagian pemasaran atau harga jual yang kalah bersaing dengan kompetitor. Contoh lain adalah gejala meningkatnya perilaku kecurangan akademik mahasiswa akuntansi, bisa jadi masalah utamanya adalah siswa mendapatkan tekanan besar dari dalam dirinya untuk mendapat nilai bagus sehingga perlu melakukan kecurangan, atau mahasiswa tersebut mendapatkan kesempatan untuk melakukan kecurangan demi mendapatkan nilai yang maksimal.

Contoh latar belakang yang memiliki alur cerita diantaranya adalah Penelitian Aligarh (2017) memberikan gambaran mengenai contoh latar belakang.

“Internet telah menjadi *platform* bisnis yang penting untuk perdagangan baik dalam kuantitas besar maupun kecil. Dengan adanya internet, seseorang tidak lagi dibatasi dengan waktu dan tempat untuk berjualan dan berbelanja, karena dengan adanya internet seolah-olah menjadi toko yang buka selama 24 jam.

Perkembangan pesat aktivitas belanja *online* ternyata diikuti dengan peningkatan keluhan yang dilakukan pelanggan terhadap perusahaan *online* (Forbes, Kelley, & Hoffman 2005; Wu, 2013). Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mengeluarkan data

yang menunjukkan bahwa 7,4% keluhan yang diterima disebabkan karena transaksi belanja *online*. Perilaku keluhan merupakan isu penting dan kritik terhadap perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, penjagaan pelanggan dan profitabilitas perusahaan (Holloway, Wang, & Parish, 2005). Lebih lanjut, literatur pemasaran menyebutkan bahwa mempertahankan pelanggan lama akan lebih mudah jika dibandingkan mendapatkan konsumen baru.

Penelitian mengenai perilaku konsumen *online* kebanyakan berfokus terhadap niatan perilaku adopsi, perilaku berkelanjutan dan perilaku pembelian kembali (Ayanso, Herath, & O'Brien, 2015; Zhao, Lu, Zhang, & Chau, 2012; Fang *et al.*, 2011). Penelitian ini berfokus pada niatan untuk melakukan keluhan, karena fenomena mengenai perilaku keluhan di situs perbelanjaan *online* masih sedikit yang membahas. Kebanyakan penelitian mengenai perilaku keluhan dibahas dalam konteks bisnis secara *offline*.

Penelitian ini mengusulkan pengintegrasian model keadilan, ekspektasi konfirmasi, kepercayaan dan ketanggapan persepsian untuk meningkatkan pemahaman tentang faktor pendorong kepuasan pelanggan yang dihubungkan dengan niatan untuk melakukan keluhan di Situs Perbelanjaan *Online*. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena (1) kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mereduksi terhadap niatan untuk melakukan keluhan, (2) Memperluas model ekspektasi konfirmasi yang diintegrasikan bersama dengan keadilan, kepercayaan dan ketanggapan persepsian untuk menjadi model teritis yang mampu menjelaskan kepuasan pelanggan dan niatan untuk melakukan keluhan serta mampu menjawab inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya.”

## 2.2 Masalah Penelitian

Masalah biasanya dapat muncul dari fenomena bisnis maupun fenomena empiris atau *gap research*. Masalah penelitian merupakan rumusan mengenai bagaimana sebuah masalah akan diselesaikan dengan sebuah proses penelitian.

### **2.2.1 Fenomena Bisnis**

Penelitian ilmiah dapat menggunakan fenomena bisnis yang dianggap menjadi sebuah masalah untuk diteliti. Masalah merupakan kondisi dimana apa yang terjadi dan yang seharusnya terjadi berbeda atau terdapat kesenjangan. Sebagai contoh peneliti mengamati harga saham perusahaan minyak dan gas saat pandemi covid 19, Peneliti dapat menggunakan *event study* untuk mengamati fenomena tersebut. Dari fenomena tersebut peneliti dapat mengamati secara detail mengenai pengaruh pandemi covid 19 dengan harga saham perusahaan minyak dan gas pada saat waktu tersebut.

### **2.2.2 Research Gap**

Research gap merupakan celah atau senjang penelitian yang dapat dijadikan peneliti sebagai motivasi penelitian untuk menyelesaikan kesenjangan tersebut. Research gap biasanya didapatkan dari hasil membaca dan menelaah hasil penelitian sebelumnya. Contoh sederhana gap research sebagai berikut:

Penelitian Hofstede (2003) tentang budaya menjelaskan bahwa mayoritas negara Asia Timur dan Tenggara cenderung berperilaku kolektivis dibandingkan dengan individualis. Liu dan Mclure (2001) juga menjelaskan bahwa pada konteks pemasaran perilaku individualis akan mendorong individu untuk berani melakukan komplain bila terdapat ketidakpuasan yang dirasakan. Individualis merupakan ciri khas Negara-negara barat sedangkan nilai kolektivis cenderung ditemukan di Negara-negara timur.

Lebih lanjut, penelitian oleh Wu et al., (2013) yang menggunakan konteks belanja online, hasil penelitian menunjukkan bahwa individu dari negara Taiwan cenderung melakukan komplain jika mengalami kegagalan dalam konteks belanja online, padahal mayoritas di negara Taiwan menurut Hofstede (2003) merupakan negara yang cenderung kolektivis. Penelitian Aligarh (2017) menggunakan responden dari Indonesia memberikan hasil berbeda dimana bila terdapat ketidakpuasan maka individu cenderung tidak melakukan komplain.

Penelitian mengenai komplain pelanggan masih terdapat banyak inkonsistensi hasil. Berangkat dari hasil yang tidak konsisten

tersebut peneliti mengusulkan variabel nilai kolektivis-individualis sebagai variabel moderasi. Variabel tersebut akan mengukur sejauh mana tiap individu memiliki nilai kolektivis maupun individualis. Penelitian ini diharapkan mampu mengisi kesenjangan atas hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten.

### 2.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang ingin dicapai peneliti dengan melakukan penelitian. Hal ini sejalan dengan Hartono, (2017) yang menjelaskan bahwa tujuan penelitian yaitu untuk memecahkan masalah penelitian, menangkap peluang, memverifikasi fenomena, dan menemukan teori yang baru.

Beberapa contoh mengenai tujuan penelitian diantaranya adalah

Penelitian Aligarh (2017) memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Menguji apakah faktor keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional, ekpektasi konfirmasi, kepercayaan, dan ketanggapan persepsian mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam situs perbelanjaan *online*.
- 2) Menguji apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan faktor keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional, ekpektasi konfirmasi, kepercayaan, dan ketanggapan persepsian dengan niatan untuk melakukan keluhan dalam situs perbelanjaan *online*.



**B A B**

**III**

**KAJIAN TEORI DAN  
PENGEMBANGAN  
HIPOTESIS**

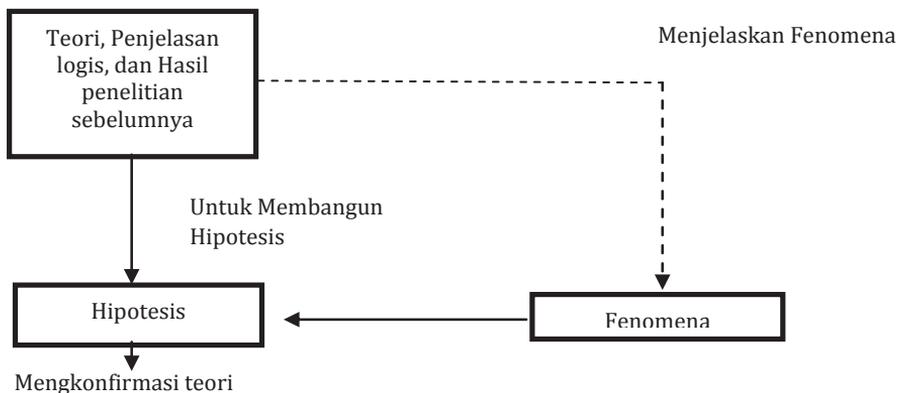
### 3.1 Pendahuluan

Bagian selanjutnya adalah kajian teori dan pengembangan hipotesis. Teori akan menjadi alat untuk menjelaskan fenomena atau fakta sedangkan hipotesis merupakan prediksi tentang fenomena. Mahasiswa atau peneliti harus menggunakan teori, hasil penelitian terdahulu disertai penalaran logis untuk mengembangkan hipotesis.

### 3.2 Pengembangan Teori

Teori merupakan sekumpulan konsep, definisi, dan proposisi-proposisi yang digunakan untuk menjelaskan fenomena. Zikmund (2014) mendefinisikan teori sebagai *“A coherent set of general propositions used as principles of explanation of the apparent relationships of certain observed phenomena”*.

Hal tersebut juga ditambahkan oleh Kinney, Jr. (1986) bahwa teori menyediakan gambaran tentatif tentang hubungan antara fakta- fakta secara umum. Penelitian bidang akuntansi kebanyakan menggunakan aliran positivis yang mengharuskan penelitiannya menjelaskan teori, hipotesis, dan fakta. Hartono, (2017 memberikan gambaran hubungan antara teori, hipotesis, dan fakta.



**Gambar 3.1 Hubungan Antara, Teori, Fakta, dan Hipotesis**

Penelitian akuntansi dewasa ini tidak hanya mengulas tentang penelitian akuntansi keuangan saja tetapi juga penelitian akuntansi

keperilakuan. Fenomena tersebut dikarenakan sulitnya menemukan kebaruan di bidang akuntansi keuangan dan meningkatnya fenomena perilaku akuntan yang menarik untuk diteliti.

Penelitian di bidang akuntansi tentunya memiliki teori-teori yang sudah mapan. Berikut teori-teori yang sering digunakan dalam penelitian akuntansi baik akuntansi keuangan dan akuntansi keperilakuan.

**Tabel 2.1 Daftar Teori-Teori dalam Penelitian Akuntansi**

<b>Teori</b>	<b>Bidang Penelitian Akuntansi</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teori Agensi,</li> <li>2. Teori Stakeholder</li> <li>3. Teori Legitimasi</li> <li>4. <i>Signalling Theory</i></li> <li>5. <i>Upper Echelon Theory</i></li> </ol>	Akuntansi Keuangan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teori Agensi</li> <li>2. <i>Rational Choice Theory</i></li> <li>3. <i>Theory Planned Behavior</i></li> <li>4. <i>Prospect Theory</i></li> <li>5. <i>Fraud Triangle Theory</i></li> <li>6. <i>Fraud Diamond Theory</i></li> <li>7. <i>Teori Attribusi</i></li> <li>8. Teori Keadilan</li> </ol>	Akuntansi Keperilakuan

**Sumber: Berbagai Penelitian**

Teori-teori diatas merupakan teori yang sering digunakan dalam penelitian akuntansi. Penulis membagi dalam 2 bidang penelitian akuntansi berdasarkan pengamatan berbagai publikasi di bidang akuntansi. Walaupun dibedakan, bukan berarti teori bidang penelitian akuntansi keuangan tidak bisa digunakan dalam penelitian akuntansi keperilakuan atau sebaliknya. Sebagai contoh teori agensi bisa digunakan untuk penelitian *corporate governance* tetapi juga bisa untuk menjelaskan penelitian seperti *budgetary slack*

artinya bahwa teori bisa digunakan dalam berbagai bidang sesuai dengan fenomena yang diteliti.

Aligarh (2017) memberikan gambaran contoh penggunaan teori dalam sebuah penelitian.

### **Teori Keadilan**

Keadilan pada dasarnya merupakan turunan dari *Equity Theory* (Adams, 1965). Keadilan merujuk pada keadaan jika individu memberikan *input* dalam jumlah tertentu *output* yang diterima juga harus sesuai dengan *input* yang diberikan. Adams dalam (Turel *et al.*, 2008) menggunakan teori pertukaran sosial sebagai dasar untuk memperkuat keadilan distributif sehingga keadilan tidak hanya sebatas adil secara input dan output tetapi juga prosedur yang digunakan disertai interaksi antara individu satu dengan yang lain.). Colquitt, Wesson, Porter Conlon, dan Ng (2001) secara komprehensif telah melakukan observasi mengenai aspek keadilan kemudian membagi ke dalam tiga dimensi yaitu keadilan distributif, keadilan prosedural dan interaksional.

Lebih lanjut, Roviah dan Arianto (2016) memberikan contoh mengenai *Signalling Theory*:

### ***Signalling Theory***

*Signalling Theory* menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Hartono, 2005). Agar sinyal tersebut efektif, maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk (Hartono, 2005). Teori *signalling* berakar pada teori akuntansi pragmatik yang memusatkan perhatiannya kepada pengaruh informasi terhadap perubahan perilaku pemakai informasi. Salah satu informasi yang dapat dijadikan sinyal adalah pengumuman yang dilakukan oleh suatu emiten. Pengumuman ini nantinya dapat mempengaruhi naik turunnya harga sekuritas perusahaan emiten yang melakukan pengumuman (Suwardjono, 2005).

### 3.3 Hipotesis

Penelitian yang menggunakan hipotesis kecenderungannya menggunakan pendekatan metode saintifik. Sebaliknya, penelitian metode naturalis jarang ditemukan menggunakan hipotesis karena hipotesisnya belum dapat ditentukan diawal.

Hipotesis merupakan prediksi mengenai fenomena (Kinney, Jr., 1986). Beberapa definisi yang sudah lazim bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah atas yang diteliti atau bisa disebut dengan praduga.

### 3.4 Kriteria Hipotesis yang Baik

Hipotesis yang baik menurut Hartono (2017) harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Hipotesis harus dikembangkan menggunakan teori yang ada, hasil penelitian sebelumnya, disertai dengan penjelasan logis dari penulis.
- 2) Arah hipotesis harus ditegaskan sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya.
- 3) Hipotesis dapat diuji menggunakan alat analisis yang sesuai.
- 4) Hipotesis seharusnya memberikan prediksi yang lebih baik dibandingkan *competing hyphotesis*.

### 3.5 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis yang baik harus dikembangkan menggunakan teori, hasil penelitian sebelumnya, disertai dengan penjelasan logis dari penulis. Beberapa contoh pengembangan hipotesis yang dilakukan beberapa peneliti diantaranya:

- 1) Penelitian yang dilakukan Aligarh, (2017) mengembangkan hipotesis:

#### **Pengaruh Ekspektasi Konfirmasi Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Teori ekspektasi konfirmasi berpendapat bahwa individu pada mulanya mempunyai ekspektasi terhadap suatu produk

atau teknologi, kemudian individu tersebut membeli atau menggunakan produk dan mengevaluasi apakah sesuai dengan yang diekspektasikan kemudian apabila terkonfirmasi maka akan memberikan rasa puas terhadap produk atau teknologi tersebut. Bhattacharje (2001) dalam penelitiannya menjelaskan ekspektasi konfirmasi menjadi anteseden kuat dari kepuasan. Hal ini sejalan dengan penelitian Cheng *et al.* (2013) yang menjelaskan bahwa ekspektasi konfirmasi tidak hanya berhubungan positif dengan kegunaan persepsian tetapi juga dengan kepuasan pengguna. Wu (2013) memberikan gambaran walaupun model penelitiannya tidak menghubungkan dengan perilaku keluhan akan tetapi ekspektasi konfirmasi merupakan anteseden kunci dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu maka hipotesis yang diusulkan adalah sebagai berikut.

HA: Ekspektasi Konfirmasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

- 2) Penelitian yang dilakukan Winardi, et al., (2017) memberikan contoh hipotesis yang baik:

### **Attitude toward Academic Dishonesty and Intention to Commit Academic Dishonesty**

*According to Ajzen (2005), attitudes toward behaviour consist of individual positive or negative evaluations of an object, person, organisation, or event. Attitude consists of beliefs about consequences of the behaviour and an assessment of such behaviour (Alleyne et al. 2013). Students who believe that academic dishonesty practice will produce a good result will have a positive attitude to it. In short, they assess academic dishonesty as a positive action. Thus the intention to commit academic dishonesty will tend to be higher. Conversely, students who believe that the conduct of academic dishonesty will result in an adverse outcome will have a negative attitude towards it. They assess academic dishonesty as a bad behaviour, so their intention to commit academic dishonesty will tend to be lower.*

*Trafimow (1996) finds that attitude is the strongest predictor of behavior Stone et al. (2010) find a positive and significant relationship between attitudes toward academic dishonesty and the intention to commit academic dishonesty. These findings are in line with the past research by Beck and Ajzen (1991), Mayhew et al. (2009) and Cronan et al. (2015). Previous studies find that attitudes toward behaviour are one of the most influential factors for intention to perform academic dishonesty. Majority of the studies agree that attitude has a positive*

*relationship with intention. This study expects that the relationship will remain positive under Indonesia environment.*

*The prevalence of this phenomenon in Indonesia might be partially explained by students' attitude. A study by Agustina and Raharjo (2017) find that students who know that plagiarism is bad, but they still performed it because they think plagiarism as 'a way out' to help them obtained a good mark. Also, Hartanto (2012) stated that students are cheating because they think cheating is a normal act. Therefore, the following hypothesis can be derived.*

*HA: Students with more positive attitude toward academic dishonesty will show higher intention to commit academic dishonesty.*





# SAMPEL

## 4.1 Populasi dan Sampel

Dalam melakukan sebuah penelitian peneliti dapat menggunakan seluruh populasi untuk diteliti maupun bagian kecil dari populasi atau yang sering disebut dengan sampel. Populasi merupakan keseluruhan elemen baik suatu hal maupun manusia yang menjadi subyek atau obyek untuk dilakukan penelitian. Sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang dapat dijadikan sebagai representasi populasi. Sebagai contoh: jumlah populasi Auditor 1000 orang tetapi karena tidak mungkin meneliti jumlah subyek/obyek keseluruhan maka diambil sampel 300 Auditor sebagai sampel.

Dalam pengambilan sampel ada 2 metode yang selama ini sering digunakan oleh peneliti yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*.

## 4.2 *Probability Sampling*

*Probability Sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang memungkinkan setiap orang atau suatu hal memiliki kesempatan untuk menjadi anggota sampel. *Probability sampling* memiliki beberapa metode diantaranya adalah:

### 1) *Simple Random Sampling*

Karakteristik dalam pengambilan sampel metode ini adalah dengan mengambil sampel dari populasi secara langsung dan acak. Metode ini cocok digunakan untuk populasi yang jumlahnya relatif kecil.

### 2) *Systematic Random Sampling*

Karakteristik pengambilan sampel dalam metode ini hampir sama dengan random sampling. Sebagai contoh jika peneliti memiliki 500 populasi orang, kemudian dipilih 100 sampel. Dalam pengambilan sampel, peneliti bisa menggunakan cara misalnya: sampel nomer 1, 6, 11, 16, 21, 26...dst yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan catatan harus konsisten pola yang digunakan.

### 3) *Stratified Sampling*

Dalam pengambilan sampel, metode ini akan mengklasifikasikan

populasi kedalam beberapa strata atau tingkatan. Setelah diklasifikasikan kemudian sampel dapat diambil sesuai dengan strata atau tingkatan yang sudah dibuat. Misalnya adalah populasi sampel berupa data siswa SMA. Siswa di klasifikasikan menjadi siswa kelas 10, 11, dan 12. Pengambilan sampel dilakukan dengan mengambil data secara acak atau sistematis di masing-masing strata atau tingkatan.

4) *Cluster Sampling*

Pengambilan sampel metode ini dengan cara membagi populasi kedalam beberapa cluster atau grup. Sebagai contohnya Populasi adalah Kepala Desa diseluruh Kabupaten Klaten. Maka dalam pembagian grup atau cluster dibagi menurut kecamatan baru kemudian diambil sampelnya baik secara acak maupun sistematis.

### 4.3 *Non Probability Sampling*

Dalam pengambilan sampel seringkali peneliti tidak bisa menggunakan *probability sampling*. Hal ini karena peneliti tidak mengetahui jumlah populasi yang sebenarnya. Peneliti dapat menggunakan *non probability sampling* sebagai alternatif pengambilan sampel.

Beberapa metode non probability sampling diantaranya adalah:

1) *Purposive Sampling*

Pengambilan sampel ini memiliki beberapa karakteristik diantaranya harus menggunakan kriteria tertentu, kriteria tersebut digunakan berdasarkan judgement peneliti atau jatah (Quota Sampling).

*Judgement Sampling* dilakukan dengan mengambil sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Sebagai contoh kriteria perusahaan-perusahaan yang melaporkan laporan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Kriteria auditor yang sudah memiliki pengalaman audit minimal 1 tahu, dll.

*Quota Sampling* digunakan karena sampel harus mempunyai karakteristik yang dimiliki populasinya. Misalnya

sebuah populasi terdiri dari 60 % perusahaan besar dan 40% perusahaan kecil. Maka sampel harus mengikuti kriteria diatas.

Contoh:

Berikut adalah kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel:

1. Perusahaan yang diaudit oleh KAP BIG 4
2. Perusahaan-perusahaan yang mengeluarkan laporan CSR 3 tahun berturut-turut.
3. Perusahaan yang seluruh komponen laporan keuangan lengkap.

Berikutnya merupakan proses pemilihan sampel berdasarkan kriteria.

**Tabel 4.1 Proses Seleksi Sampel**

<b>No</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah Perusahaan</b>
1	Perusahaan yang diaudit KAP BIG 4	532
2	Perusahaan yang tidak mengeluarkan Laporan CSR 3 tahun berturut-turut	(150)
3	Perusahaan yang tidak melaporkan lengkap laporan keuangan	(100)
Jumlah sampel yang bisa digunakan		282



# **METODA SURVEI**

## 5.1 Apa Itu Survei

Sebelum membahas lebih jauh mengenai definisi Survei, penulis ingin menjelaskan beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh mahasiswa dan peneliti ketika menggunakan survei sebagai metoda pengumpulan data. Permasalahan tersebut diantaranya adalah:

- a. Berapa jumlah responden yang harus diambil ketika melakukan survei?
- b. Bagaimana kriteria memilih responden yang tepat?
- c. Pertanyaan seperti apa yang sesuai dengan variabel penelitian?
- d. Apakah boleh membuang *outlier*?
- e. Bagaimana cara mengolah data yang tepat?

Beberapa permasalahan diatas merupakan konsekuensi dari setiap peneliti ketika memilih survei sebagai metoda pengumpulan data. Sehingga komitmen peneliti dari tahapan awal sampai akhir akan menentukan keberhasilan survei dihasilkan.

Dalam perkembangannya beberapa literatur telah menjelaskan secara komprehensif mengenai definisi survei. Hartono (2017) menjelaskan bahwa survei adalah metode pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan langsung kepada responden. Lebih lanjut, Babbie (1990) dalam Creswell (2003) menjelaskan bahwa survei merupakan sebuah studi antar waktu dengan kuesioner atau wawancara terstruktur dalam pengumpulan data untuk melakukan generalisasi dari sampel ke populasi. Beberapa definisi diatas dapat mendeskripsikan bahwa metoda survei bisa dikatakan sebagai metoda pengumpulan data yang sistematis dan terorganisir.

Survei akan memiliki hasil yang baik apabila desain dan konstruksinya juga baik. Survei yang baik diawali dengan deskripsi konsep yang terukur kemudian bisa dioperasionalisasikan kedalam variabel yang dapat diukur. Dalam survei ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu, cakupan, penentuan sampel, respon, dan pengukuran (Salant dan Dillman, 1994).

## 5.2 Survei Internet Vs Survei Manual

Memasuki era revolusi industri 4.0 perkembangan internet telah merubah cara manusia untuk mengirimkan survei dari yang dikirim secara manual langsung kepada responden maupun melalui media daring. Survei internet mulai masif digunakan dalam 1 dekade terakhir. Kecepatan dalam pengumpulan data disertai dengan tabulasi data secara otomatis memudahkan peneliti untuk mengolah data secara cepat.

Survei internet memungkinkan peneliti mengumpulkan data informasi dari seluruh penjuru tempat tidak terbatas ruang dan waktu. Dengan adanya survey internet akan memudahkan mahasiswa maupun peneliti yang cara pengumpulan datanya menggunakan survei. Beberapa survei internet yang sering dilakukan di Indonesia diantaranya menggunakan *Google Forms, SurveyMonkey, QuestionPro, ZohoSurvey, dll.*

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh survey internet dibandingkan dengan survey manual diantaranya adalah

- a. Survei internet lebih tepat digunakan untuk pertanyaan terbuka dengan membutuhkan responden yang banyak
- b. Survei internet dapat dilakukan lebih interaktif dibandingkan dengan survei manual
- c. Survei internet memiliki biaya yang lebih murah dibandingkan dengan survei manual
- d. Survei internet tepat digunakan untuk perusahaan atau organisasi yang memiliki daftar alamat *email* yang banyak.

## 5.3 Kesalahan-Kesalahan Dalam Survei

Pada bagian ini penulis ingin memberikan beberapa gambaran mengenai kesalahan-kesalahan yang sering dilakukan oleh peneliti dalam menggunakan metoda survei. Beberapa kesalahan tersebut diantaranya adalah kesalahan cakupan, kesalahan sampling, kesalahan non respon, dan kesalahan pengukuran.

Kesalahan cakupan merupakan kesalahan dalam melakukan presentase populasi kedalam kerangka sampling. Kesalahan cakupan biasanya terdiri dari 2 hal yaitu ketidakcukupan cakupan

dan kelebihan cakupan. Ketidakcukupan cakupan terjadi ketika kerangka sampling tidak bisa memberikan estimasi atas populasi sedangkan kelebihan cakupan adalah kondisi dimana individu yang sebenarnya bukan target populasi tetapi masuk dalam *sampling*.

Kesalahan *sampling* merupakan kesalahan yang muncul akibat peneliti hanya melakukan observasi sebagian kecil dari populasi yang tidak merepresentasikan populasi yang ada. Sebagai contoh peneliti sering menggunakan responden yang mudah untuk di akses atau mudah untuk ditemui akan tetapi peneliti tidak mengetahui apakah responden tersebut sudah merepresentasikan populasi atau tidak.

Kesalahan non respon merupakan kesalahan yang disebabkan karena kegagalan untuk mengidentifikasi unit sampel, kegagalan untuk membuat kontak dengan unit sampel, penolakan dari unit sampel, ketidakmampuan pengumpul data berkomunikasi karena perbedaan bahasa (de leeuw et al., 2008)

Kesalahan pengukuran merupakan kesalahan yang sering dilakukan peneliti. Hal ini tentu berbahaya karena akan mempengaruhi kesimpulan sebuah penelitian. Sebagai contoh penelitian yang menggunakan variabel laten sebaiknya tidak diukur dengan regresi tetapi diukur dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) karena mampu memperhitungkan *measurement error* sehingga akan terbentuk model penelitian yang baik. Keuntungan menggunakan SEM adalah mampu menggabungkan secara langsung analisis yang terkait dengan perbandingan rerata, variasi dan koefisien regresi dapat dimungkinkan.

**B A B**  
**VI**

**RINGKASAN,  
PEMBAHASAN, SIMPULAN,  
KETERBATASAN, DAN  
KONTRIBUSI PENELITIAN**

## 6.1 Pendahuluan

Bagian ini adalah bagian terpenting bagi mahasiswa dalam proses penulisan skripsi ataupun tesis. Pada akhir proses penelitian ilmiah peneliti perlu untuk membuat ringkasan, pembahasan atas hasil hipotesis, kesimpulan. Keterbatasan penulisan, dan kontribusi penelitian baik secara teoritis, praktis, maupun manajerial. Semua komponen tersebut biasanya dijumpai mahasiswa pada bab akhir skripsi atau tesis.

## 6.2 Ringkasan Penelitian

Setelah peneliti mendapatkan hasil penelitian dari pengujian hipotesis, langkah berikutnya adalah membuat ringkasan. Ringkasan ini berisi mengenai penjelasan singkat atas masalah penelitian, kajian teoritis yang menjadi bagian paling penting hingga menghasilkan hipotesis disertai dengan ringkasan hasil uji hipotesis. Tujuan ringkasan ini adalah memberikan informasi yang komprehensif kepada pembaca hasil penelitian yang tidak memiliki banyak waktu atau tidak ingin membaca secara detail keseluruhan penelitian (Hartono, 2017).

Berikut contoh ringkasan penelitian yang dilakukan Aligarh, (2017):

Penelitian ini berawal dari fenomena meningkatnya perilaku keluhan kepada perusahaan *e-commerce*. Penelitian ini mengintegrasikan Model Ekspektasi Konfirmasi, teori keadilan, teori kepercayaan, dan teori loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor keadilan, ekspektasi konfirmasi, kepercayaan, ketanggapan persepsian dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan konsekuensinya dalam mempengaruhi niat untuk melakukan keluhan. Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan kepada 201 responden dan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) sebagai alat uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selain keadilan prosedural dan keadilan interaksional semua konstruk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh negatif terhadap niat untuk melakukan keluhan. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas reponden memiliki nilai kolektivis yang tinggi yang kecenderungannya tidak memiliki niat untuk melakukan keluhan. Hal ini sekaligus mengkonfirmasi penelitian Liu dan Mclure

(2001) yang menyatakan bahwa orang yang memiliki nilai kolektivis cenderung tidak memiliki niat untuk melakukan keluhan.

Para manajer atau pengambil keputusan biasanya hanya ingin membaca mengenai hasil penelitian tanpa ingin tahu mengenai proses penelitian yang dilakukan.

### 6.3 Diskusi atau Pembahasan

Penelitian yang baik adalah penelitian yang membahas dan menjelaskan mengenai hasil hipotesis. Jika hipotesis terdukung atau diterima maka peneliti harus menjelaskan mengapa hipotesis diterima. Penjelasan tersebut tentunya harus disertai dengan teori dan logika karena dalam proses pengembangan hipotesis juga menggunakan teori dan logika. Contohnya sebagai berikut:

Hipotesis:

#### **Keadilan Distributif berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna.**

Hasil hipotesis menyatakan bahwa keadilan distributif berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis menunjukkan *path* antara keadilan distributif dengan kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien beta 0,148107 dan *T-Statistics* sebesar 2,282107 hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 terdukung, karena nilai *T-Statistics*  $2,282107 >$  nilai *T-tabel* 1,64. Hipotesis ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa biaya yang dikeluarkan sama dengan manfaat yang diterima sehingga pelanggan merasa puas atas keadilan yang diberikan oleh perusahaan. Teori pertukaran sosial menyebutkan bahwa pelanggan akan selalu berusaha memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kerugian. Hal ini sekaligus mengkonfirmasi penelitian Maxham dan Nexmeyer (2002), Wu (2013), Fu *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa keadilan distributif berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan.

Pembahasan mengenai hasil hipotesis akan menjadi sulit bagi mahasiswa ketika hasil hipotesis menyatakan tidak terdukung atau Hipotesis Alternatif tidak diterima. Hal tersebut berarti diskusi tidak bisa didasarkan atas teori dan logika yang telah dibangun sebelumnya. Peneliti dapat memberikan alasan dengan melihat penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang sama atau dapat menyampaikan menggunakan alasan logis mengapa hipotesis

tersebut bisa tidak diterima. Berikut contoh hipotesis alternatif yang tidak diterima.

Hipotesis:

### **Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Negatif Terhadap Niat Untuk Melakukan Keluhan**

Hasil uji hipotesis menunjukkan *path* antara kepuasan pelanggan dengan Niat untuk melakukan keluhan memiliki nilai koefisien beta 0,353000 dan *T-Statistics* sebesar 5,433230 hal ini menunjukkan bahwa hipotesis tersebut tidak terdukung, karena nilai *T-Statistics* memiliki nilai yang positif artinya bahwa kepuasan pelanggan tidak berhubungan negative dengan niat untuk melakukan keluhan. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pelanggan Indonesia yang mengalami rasa tidak puas atas perusahaan *online* cenderung untuk tidak melakukan keluhan. Hasil ini didasari karena pelanggan yang berani melakukan keluhan (komplain) masih sangat rendah dibandingkan dengan pelanggan yang mengalami pengalaman tidak menyenangkan. Rasa pasrah dan mengalah muncul sebagai karakteristik mayoritas pelanggan Indonesia dan sebagian pelanggan juga beranggapan bahwa melakukan keluhan kepada perusahaan biasanya tidak akan ditindaklanjuti. Hal ini sejalan dengan Hofstede (2001) yang menyatakan bahwa kecenderungannya masyarakat Indonesia memiliki nilai kolektivis. Negara yang memiliki nilai kolektivis oleh Liu dan Mclure (2001) dikatakan bahwa orang yang kolektivis cenderung untuk tidak melakukan keluhan secara langsung kepada perusahaan. Hasil ini tentunya berbeda dengan penelitian Wu (2013) yang menjelaskan bahwa pelanggan China yang memiliki nilai kolektivis cenderung untuk tetap memiliki niat untuk keluhan. Walaupun demikian Mardhiyah *et al.* (2013) mengatakan bahwa pada dasarnya dalam diri setiap individu memiliki nilai individualis dan kolektivis tergantung proporsi mana yang lebih besar sehingga bisa jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini cenderung memiliki nilai kolektivis yang tinggi sehingga cenderung untuk tidak berniat untuk melakukan keluhan.

## **6.4 Kesimpulan**

Bagian berikutnya adalah kesimpulan, kesimpulan berisi konfirmasi tentang hasil pengujian hipotesis dan pembahasannya dengan tujuan penelitian yang sudah dibuat pada bab 1. Kesimpulan memberikan penjelasan apakah tujuan utama penelitian terpenuhi atau tidak.

## 6.5 Keterbatasan-Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan merupakan bagian yang harus disampaikan oleh peneliti dikarenakan ketidakmampuan peneliti dalam melakukan sesuatu hal karena kondisi yang tidak memungkinkan (Hartono, 2017). Keterbatasan penelitian merujuk pada sesuatu hal yang tidak bisa diselesaikan oleh penelitian seperti keterbatasan dana, keterbatasan waktu, dan keterbatasan akses data.

Beberapa contoh keterbatasan penelitian diantaranya adalah:

- 1) Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya adalah Pertama, Penelitian ini tidak berfokus pada satu toko *online*. Penelitian ini menggunakan menggunakan berbagai macam *toko online*, padahal setiap toko *online* memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Kedua, penelitian ini tidak menggunakan variabel kontrol, seperti umur, *gender*, budaya dan pengalaman. Hal ini karena penelitian ini mengembangkan dari model penelitian sebelumnya. Padahal salah satu alasan ketidakterdukungan hipotesis menggunakan faktor budaya. Selain variabel kontrol perlu juga menambahkan variabel pemoderasi yang membedakan nilai-nilai individualis dan kolektif. (Aligarh, 2017).
- 2) *The current study is not without limitations. First, the model does not address possible interaction effect from moderating variables. There is a possibility that a different result may be found. Second, this study only considers academic dishonesty intention without testing students' actual behaviour. Third, this study only sampled accounting students at one university* (Winardhi, et al., 2017).
- 3) *This study has several limitations. Firstly, the researchers have no control over the respondents who answered the questionnaires. Thus, this study has a bias in the administered questionnaires and delivery of the subjective judgments regarding the use the GM-AFIS. However, the researchers tried to anticipate this condition by directly observing the system application in use. Secondly, the researchers found some difficulties in researching the respondents. This occurred because some users have the same data and there were difficulties in meeting the users at the level of approval supervisors and verifiers. Lastly, the number of questions in this survey is relatively small in comparison with the large number of respondents. This will affect the results of the data normality test* (Suryani dan Sumiyana, 2014).

## 6.6 Kontribusi Penelitian

Bagian berikutnya adalah kontribusi penelitian, kontribusi penelitian merupakan cerminan apakah sebuah penelitian memiliki

kontribusi atau kebermanfaatan untuk pemakai hasil penelitian. Beberapa pemakai hasil penelitian diantaranya adalah akademisi, peneliti, praktisi, manajer, dan pemerintah. Kontribusi penelitian terdiri dua hal yaitu kontribusi teoritis dan kontribusi praktis atau manajerial.

**Kontribusi Teoritis** merupakan kontribusi kebaharuan teori dimana hasil penelitian dapat memperbaiki teori yang sudah ada, menjelaskan teori yang sudah ada dengan fenomena baru atau bahkan bisa menemukan teori baru (Hartono, 2017). Penelitian yang dilakukan Aligarh, (2017) menampilkan kontribusi sebagai berikut: Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis pada perluasan model ekspektasi konfirmasi Bhattacherrjee (2001) dengan mengintegrasikannya dengan keadilan, kepercayaan dan ketanggapan persepsian pada konteks belanja online.

Kontribusi teoritis penelitian yang dilakukan oleh Maulana et al, (2017) sebagai berikut:

These findings have important implications for research and practice. Few previous studies have used the DTPB to deliberate on participation behaviour, particularly Islamic microfinance and generally Islamic finance. The findings of this study suggest that decomposing the belief structures into multidimensional factors improve the understanding of these associations.

**Kontribusi Praktis atau Manajerial** merupakan rekomendasi dari hasil penelitian untuk dapat diterapkan dalam praktek nyata atau setidaknya memperbaiki praktek yang belum sesuai. Penelitian Winardhi et al (2017) menampilkan kontribusi praktis sebagai berikut:

*Based on these findings, and the understanding of the current educational atmosphere in Indonesia, several recommendations are proposed to reduce the level of academic cheating there. First, this study can be used as a red flag on how policy and strategy on academic dishonesty on any level should be revisited and evaluated. Second, there is a need to educate students to reduce definitional ambiguity and change student's beliefs about academic dishonesty. Third, accounting departments are recommended to make appropriate sanctions for academic dishonesty more visible and have educational and prevention element. Lastly, building in mechanisms that make it easier to detect academic dishonesty is suggested.*

**B A B**



**VII**

**PENELITIAN AKUNTANSI  
KEPERILAKUAN**

## **7.1 PENDAHULUAN**

Akuntansi pada dasarnya merupakan disiplin ilmu yang memiliki fungsi untuk menghasilkan informasi yang cepat dan relevan mengenai informasi keuangan baik entitas yang berorientasi profit maupun yang tidak berorientasi profit untuk membantu manajemen dalam membuat keputusan ekonomi.

Perkembangan keilmuan dibidang akuntansi dewasa ini menuntut peneliti tidak hanya menganalisa mengenai informasi akuntansi tetapi juga meneliti mengenai perilaku akuntan yang melakukan kegiatan untuk menghasilkan informasi akuntansi.

Pada beberapa dekade yang lalu akuntan hanya berfokus dalam menghitung pendapatan dan biaya, kemudian menganalisa performa perusahaan tahun lalu agar dapat memprediksi perusahaan di masa yang akan datang. Kebanyakan akuntan hanya berfokus dengan performa keuangan saja padahal performa keuangan di masa lalu juga ditentukan oleh bagaimana perilaku akuntan dalam menjalankan kegiatan bisnis di masa lalu.

Akuntansi keperilakuan berfokus terhadap hubungan antara perilaku manusia dengan sistem akuntansi. Jika kita lihat secara seksama bahwa ilmu akuntansi keperilakuan memiliki basis keilmuan yaitu akuntansi dan psikologi. Perkembangan keilmuan telah menuntut para ilmuwan dan peneliti melakukan penelitian multidisiplin keilmuan karena perkembangan fenomena yang semakin cepat harus diselesaikan dengan berbagai macam pendekatan teori.

## **7.2 Penelitian-Penelitian Akuntansi Keperilakuan**

### **1.2.1 Aspek Keperilakuan di Akuntansi Manajemen**

Dalam penelitian akuntansi manajemen perkembangan penelitian keperilakuan telah berkembang sangat cepat. Ada dua metode yang sering digunakan yaitu metode survei dan metode eksperimen. Banyak tema penelitian akuntansi manajemen yang mengandung unsur keperilakuan diantaranya adalah:

**Tabel 7.1 Penelitian Akuntansi Manajemen**

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Penulis</b>	<b>Metoda</b>
1.	Peran Kapasitas Individu Dan Motivasi Kerja Dalam Memoderasi Hubungan Partisipasi Penyusunan Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial	Muhammad Try Reynalddie Mahmudi	<b>Survei</b>
2.	Peningkatan Kinerja Tim Melalui Sharing Pengetahuan Dan Pembelajaran Organisasi Dengan Menggunakan Sistem Pengukuran Kinerja Interaktif	Wijaya Triwacananingrum Yuliansyah	<b>Survei</b>
3.	Pengaruh Sistem Pengukuran Kinerja Komprehensif terhadap Pengembangan Model Mental, Keadilan Organisasional, dan Kinerja Karyawan	Ninda Ayu Wiranti	<b>Survei</b>
4	Penilaian Etis Manager Atas Investasi Berlebihan Pada CSR	Jurica Lucyanda Mahfud Sholihin	<b>Eksperimen</b>
5	Analisis Intensitas Persaingan, Delegasi Otoritas melalui Perubahan Sistem Pengendalian Akuntansi Manajemen terhadap Kinerja Organisasi (Studi Empiris Perbankan Di Palembang)	Luk Luk Fuadah	<b>Survei</b>
6	Pengaruh Kerangka <i>Levers Of Control (Loc)</i> Dan <i>Organizational Learning</i> Terhadap Peningkatan <i>Organizational Performance</i> ” ( Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Provinsi Banten)	Neng Papat Tubagus Ismail Galih Fajar M	<b>Survei</b>

## 1.2.2 Akuntansi Keperilakuan di bidang *Auditing*

Akuntan pemeriksa atau auditor merupakan bidang akuntansi yang mendapatkan perhatian besar terutama dalam hal perilaku. Waktu yang singkat, tekanan kerja yang tinggi serta tuntutan untuk menjaga kemampuan dalam menghasilkan putusan yang akurat akan memberikan beban psikologi yang berat bagi auditor. Berikut ini beberapa judul mengenai penelitian akuntansi keperilakuan dibidang audit:

**Tabel 7.2 Penelitian tentang *Auditing***

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Penulis</b>	<b>Metoda</b>
1.	Pengaruh Orientasi Etika Pada Komitmen Profesional, Komitmen Organisasional dan Sensitivitas Etika Pemeriksa dengan Gender sebagai Variabel Pemoderasi	Anik Irawati Supriyadi	<b>Survei</b>
2.	Pengaruh Pengalaman, Keahlian, Situasi Audit, Etika Dan Gender Terhadap Ketepatan Pemberian Opini Auditor Melalui Skeptisisme Profesional Auditor	Rr Sabrina K Indira Januarti	<b>Survei</b>
3.	Pengaruh Beban Kerja, Pengalaman Audit Dan Tipe Kepribadian Terhadap Skeptisme Profesional Dan Kemampuan Auditor Dalam Mendeteksi Kecurangan	Ninda Ayu Wiranti	<b>Survei</b>

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Penulis</b>	<b>Metoda</b>
<b>4</b>	Analisis Pengaruh Intervensi Manajemen Dan Rotasi Semu Auditor Terhadap Independensi Auditor Dengan Fee Audit Sebagai Variabel Moderasi	Achmad Al Hakim Reni Yendrawati	<b>Survei</b>
<b>5</b>	Pengaruh Karakteristik Personal Auditor Terhadap Penerimaan Perilaku Disfungsional Audit (Studi Empiris Pada Auditor Pemerintah yang Bekerja di BPK Perwakilan Sumatera Bagian Selatan)	Burhanuddin	<b>Survei</b>
<b>6</b>	Pengaruh Gender, Keahlian, dan Skeptisisme Profesional terhadap Kemampuan Auditor Mendeteksi Kecurangan (Studi pada Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia)	Nurrahmah Kartikarini Sugiarto	

### **1.2.3 Akuntansi Keperilakuan di Bidang Perpajakan**

Di bidang perpajakan sering kita menjumpai penelitian-penelitian yang menggambarkan bahwa sebagian besar masyarakat dunia tidak patuh terhadap pajak. Dimensi keperilakuan mencoba menagkap fenomena tersebut sehingga dapat diketahui factor-faktor penyebab mengapa kebanyakan masyarakat melakukan penghindaran pajak. Berikut beberapa contoh penelitian di bidang perpajakan:

**Tabel 7.3 Penelitian tentang Perpajakan**

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Penulis</b>	<b>Metoda</b>
<b>1.</b>	Pengaruh Keadilan, Sistem Perpajakan, Dan Diskriminasi Terhadap Persepsi Wajib Pajak Mengenai Etika Penggelapan Pajak (Tax Evasion)	Wahyu Suminarsih Supriyadi	<b>Survei</b>
<b>2.</b>	Pengaruh Pemahaman, Sanksi Perpajakan, Tingkat Kepercayaan Pada Pemerintah Dan Hukum, Serta Nasionalisme Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pbb-P2 (Studi Pada Wajib Pajak Pbb-P2 Di Kota Banjar, Jawa Barat)	Apriani Purnamasari Sukirman	<b>Survei</b>
<b>3.</b>	Pengaruh Patriotisme, Korupsi dan Pungli Terhadap Kepatuhan Perpajakan	Harlinda Siska Pradini Martdian Ratnasari	<b>Survei</b>
<b>4</b>	Peran Perkembangan Moral Kognitif Dalam Keputusan Dilema Moral: Analisis Kepatuhan Pajak Di Dalam Iklim Synergistic Dan Antagonistic	Syaiful Iqbal Mahfud Sholihin	<b>Eksperimen</b>
<b>5</b>	Postur Motivasi, Pengetahuan dan Perilaku Pelaporan Peer Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Studi Eksperimen Keputusan Kepatuhan Pajak	Elen Puspitasari Yeye Susilowati Ida Nurhayati Ahmad Badjuri	<b>Eksperimen</b>

## 1.2.4 Akuntansi Keperilakuan Di Bidang Sistem Informasi Akuntansi

Perkembangan teknologi dan informasi telah merubah cara kerja akuntan. Proses transfer informasi yang cepat serta tuntutan permintaan informasi akuntansi yang semakin meningkat akan merubah cara perilaku akuntan. Dibawah ini contoh-contoh penelitian di bidang sistem informasi akuntansi.

**Tabel 7.4 Penelitian tentang Sistem Informasi Akuntansi**

No	Judul	Penulis	Metoda
1.	Pengaruh Computer Attitude Akuntan dan Kode Etik Perusahaan Terhadap Sikap Etis Komputer Akuntan	Weli	Survei
2.	<i>Technostress</i> Pada Guru: Konfirmasi Stresor dan Antesedennya	Tri Effiyanti Gafar Hafiz Sagala	Survei
3.	Model Kesuksesan Sistem Pelaporan Pajak Penghasilan Berbasis Elektronik: Studi Pada Perilaku Wajib Pajak Badan Atas Penggunaan Aplikasi-Aplikasi Pelaporan Spt Tahunan	Rossalina Christanti	Survei
4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengadopsian Layanan <i>Cloud Computing</i> Pada Aparat Pemerintah Daerah Di Indonesia	Nur Restu Amalia	Survei
5	Pengaruh Tata Kelola Investasi Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Teknologi Informasi Dan Kinerja Organisasi: Studi Kasus Pada Universitas Gadjah Mada	Izza Ashifa	Survei



**B A B**

**VIII**

**KONSEP DASAR DAN  
RUANG LINGKUP  
STRUCTURAL EQUATIONAL  
MODELING (SEM)**

## 8.1 Apa Itu Structural Equational Modelling (SEM) ?

Penggunaan *Structural Equational Modeling* (SEM) pada mulanya diawali dari penelitian-penelitian bidang pemasaran. Perkembangan yang pesat hingga saat ini telah membuat setengah lebih penelitian di bidang pemasaran menggunakan teknik SEM (Hair dkk., 2013). Tidak hanya pada bidang pemasaran, beberapa ilmu sosial, genetika, kedokteran, olahraga, hingga sistem natural juga mulai menggunakan Aplikasi dari teknik SEM untuk melakukan analisis data penelitian.

SEM pada dasarnya merupakan salah satu jenis analisis multivariat (*multivariate analysis*) yang dapat menganalisis variable dalam jumlah yang banyak (*multiple variable*) secara serempak atau simultan. Kemampuan SEM membantu peneliti dalam menjawab *research question* yang saling terkait dalam analisis tunggal, sistematis, dan komprehensif atau pemodelan relasi antar sejumlah konstruk independen dan dependen secara serempak membuat banyak peneliti menggunakan SEM karena lebih efisien. Hal ini berbeda dengan analisis multivariat lain seperti: analisis regresi dan analisis diskriminan, analisis tersebut hanya bisa melakukan pengujian dengan relasi tunggal. Penelitian menggunakan SEM juga bisa digunakan untuk berbagai macam unit analisis, baik unit analisis individual maupun unit analisis organisasional.

Hair dkk (2013) mengelompokkan metode analisis multivariate ke dalam dua kelompok, yaitu penelitian yang bertujuan konfirmasi dan penelitian yang bertujuan eksplorasi. Analisis konfirmatoris digunakan untuk menguji hipotesis yang dikembangkan dari penelitian terdahulu dan teori yang sudah ada. Sedangkan analisis eksplorasi dikembangkan untuk menguji hipotesis yang memiliki keterbatasan teori dan penelitian terdahulu.

Hair dkk (2013) menjelaskan dalam tabel 1.1 mengenai perbedaan tujuan konfirmasi dan tujuan eksplorasi dalam beberapa metode statistik berdasarkan waktunya

**Tabel 8.1 Klasifikasi Metode Multivariat**

Kriteria	Eksplorasi	Konfirmasi
Teknik Generasi Pertama	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analisis Kluster</li><li>• <i>Exploratory Factor Analysis</i></li><li>• Multidimensional Scalling</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Analysis of Variance</i></li><li>• Regresi Berganda</li><li>• Regresi Logistik</li></ul>
Teknik Generasi Kedua	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Partial Least Square</i> (PLS)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Covariance-based SEM</i> (CB-SEM)</li></ul>

Sumber: Hair dkk. (2013, hal 2)

## 8.2 Perbandingan *Covariance Based SEM* (CB-SEM) dan *Variance Based SEM* (PLS-SEM)

Dalam beberapa dekade terakhir SEM dikenal dengan berbagai *software* seperti AMOS dan LISREL. Beberapa aplikasi tersebut digunakan dalam penelitian yang berbasis kovarian (CB SEM). Sedangkan untuk SEM yang berbasis varian menggunakan *software* seperti SmartPLS dan WarpPLS.

Sholihin dan Ratmono (2013:6) menjelaskan dalam perkembangannya antara CB-SEM dan PLS-SEM terdapat berbagai macam perdebatan. Pada dasarnya CB-SEM dan PLS-SEM bukan merupakan teknik yang saling berkompetisi tetapi saling melengkapi karena tujuan penelitiannya berbeda yaitu konfirmatori dan eksploratori..

Peneliti seharusnya memperhatikan tujuan penelitian dalam menggunakan teknik SEM, ketidaktepatan dalam memilih SEM akan mengakibatkan penelitian menjadi tidak efisien. SEM yang berbasis kovarian haruslah memiliki basis teori yang kuat dan didukung oleh penelitian terdahulu yang komprehensif, sehingga dalam pengujian hipotesis tujuan utamanya adalah mengkonfirmasi teori dan penelitian terdahulu. Berbeda dengan SEM yang berbasis varian, dikarenakan teori yang digunakan masih relative sedikit dan belum berkembang maka penggunaan SEM-PLS dapat digunakan sebagai alternatif pilihan karena tujuan utamanya bukan untuk mengkonfirmasi tetapi untuk memprediksi atau menjelaskan

variable laten yang akan diuji. Ukuran sampel yang kecil dan model yang kompleks menjadi keunggulan SEM-PLS dalam memprediksi variable laten yang diusulkan. Disamping itu, kemudahan dalam asumsi distribusi data membuat SEM-PLS lebih disarankan dalam memprediksi dibandingkan dengan penggunaan CB-SEM.

Penggunaan CB-SEM mengharuskan penggunaan berbagai macam asumsi yang harus terpenuhi seperti normalitas data, jumlah sampel yang besar, dan sebagainya. Kegagalan dalam pemenuhan asumsi tersebut akan membuat hasil penelitian menjadi tidak tepat. Hal ini menjadikan SEM-PLS sebagai alternatif dalam menyelesaikan masalah tersebut, dengan menurunkan tujuan dan kelonggaran dalam pemenuhan asumsi serta jumlah sampel yang kecil membuat SEM-PLS lebih efisien dalam mengatasi hal tersebut. Apabila tetap dipaksakan menggunakan CB-SEM akan menimbulkan kerancuan seperti adanya varian yang seharusnya positif tetapi bernilai negatif, dan model tidak dapat diidentifikasi (*unidentified model*). Tabel 1.2 akan menjelaskan perbandingan antara CB-SEM dan SEM-PLS sebagai berikut.

**Tabel 8.2 Perbandingan antara SEM-PLS dan CB-SEM**

Kriteria	SEM-PLS	CB-SEM
Tujuan Penelitian	Untuk mengembangkan dan memprediksi teori	Untuk mengkonfirmasi teori
Pendekatan	Berbasiskan varian	Berbasiskan kovarian
Metode Estimasi	Least Square	Maximum Likelihood
Model Struktural	Model dengan banyak konstruk dan banyak Indikator	Model dapat berbentuk recursive dan non recursive dengan tingkat kompleksitas kecil sampai menengah
Spesifikasi Model dan Parameter Model	<i>Component two loadings, path coefficient dan component weight</i>	<i>Factor one loadings, path coefficient, error variances, dan means</i>

Kriteria	SEM-PLS	CB-SEM
Evaluasi Model dan Asumsi Normalitas Data	Tidak ada syarat data terdistribusi normal dan estimasi parameter dapat langsung dilakukan tanpa persyaratan kriteria <i>goodness of fit</i>	Ada syarat data terdistribusi normal dan memenuhi kriteria <i>goodness of fit</i> sebelum estimasi parameter
Pengujian Signifikansi	Model tidak dapat diuji, harus dilakukan mekanisme <i>bootstrapping</i> atau <i>jackknife</i> )	Model dapat diuji
Software Produk	PLS Graph, SmartPLS, SPAD-PLS, XLSSTAT-PLS	AMOS, LISREL, Mplus

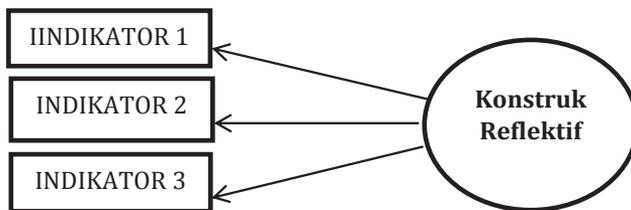
**Sumber:** diadopsi dari Ghozali dan Latan (2014), Chin dan Newsted (1999), Hair et al. (2010), Hair et al. (2011).

Walaupun SEM-PLS memiliki berbagai macam kemudahan dalam melakukan analisa data namun terdapat keterbatasan yang melekat. Hair dkk (2013) mengungkapkan bahwa SEM-PLS tidak bisa menguji hubungan timbal balik antar variabel laten dan untuk tujuan mengkonfirmasi teori, karena SEM-PLS tidak memiliki ukuran *goodness of fit* global. Sholihin dan Ratmono (2013) menjelaskan bahwa SEM-PLS pada dasarnya mirip dengan analisis regresi *ordinary least square* (OLS) karena tujuannya adalah memaksimalkan variansi variabel dependen yang dapat terjelaskan dalam model. SEM-PLS juga sering dianggap sebagai gabungan antara analisis regresi dan analisis faktor.

Hair dkk (2013) menguraikan karakteristik model SEM-PLS agar menjadi panduan terutama berkaitan dengan karakteristik data sebagai berikut: (1) dalam pengambilan sampel sebaiknya sepuluh kali dari jumlah indikator formatif terbesar yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk atau (2) sepuluh kali dari jumlah jalur struktural sebesar yang mengarah pada suatu konstruk tertentu.

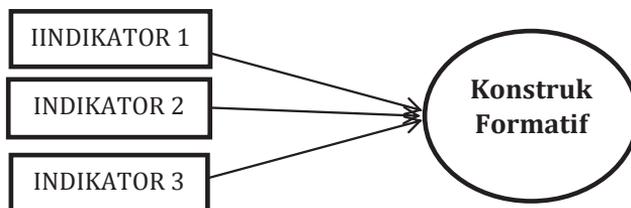
### 8.3 Konstruk Reflektif vs Formatif

Perdebatan mengenai penggunaan konstruk formatif dan reflektif dalam mengukur variabel laten masih menjadi masalah utama dalam penelitian bidang pemasaran dan sistem informasi baik manajemen maupun akuntansi (Sholihin dan Ratmono, 2013). Kebanyakan penelitian menggunakan indikator formatif karena tidak semua bisa menggunakan indikator reflektif. Dalam melihat sebuah Indikator yang harus diperhatikan adalah apakah Indikator masih menjadi penyebab dari atau disebabkan oleh konstruk atau variabel laten yang diukur. Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 akan menjelaskan mengenai perbedaan dalam mengukur sebuah konstruk.



**Gambar 8.1 Konstruk Reflektif**

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa perubahan dalam konstruk atau variabel laten menyebabkan perubahan indikator-indikatornya. Sementara dalam gambar 1.2 dibawah ini menunjukkan bahwa perubahan dalam satu atau lebih Indikator akan menyebabkan perubahan dalam sebuah konstruk.



**Gambar 8.2 Konstruk Formatif**

Dalam menentukan apakah menggunakan Indikator reflektif dan formatif peneliti harus mendasarkan pada definisi variabel laten yang digunakan. Sholihin dan Ratmono (2013) memberikan contoh variabel laten stres dalam pekerjaan. Variabel laten stres dapat terefleksi dalam Indikator sepertimalas berangkat kerja, ingin pindah tempat kerja, datang terlambat. Sedangkan konstruk formatif mempunyai karakteristik bahwa indikato-indikator yang berubah akan menyebabkan konstruk atau variabel laten menjadi berubah. Indikator-indikator dalam hal ini menjadi penyebab atau membentuk konstruk. Sebagai contoh banyaknya target, rendahnya gaji dan lingkungan kerja. Dalam tabel 3.3 dapat dijelaskan secara detail mengenai perbedaan antara Indikator reflektif dan indikator formatif.

**Tabel 8.3 Perbedaan antara Model reflektif dan Formatif**

<b>Kriteria</b>	<b>Model Reflektif</b>	<b>Model Formatif</b>
<b>Arah hubungan kausalitas antara konstruk dan indikator dari definisi konseptual</b>	Arah kausalitas dari konstruk ke indikator	Arah kausalitas dari indikator ke Konstruk
<b>Apakah Indikator dapat mendefinisikan karakteristik konstruk dan manifestasi terhadap konstruk?</b>	Indikator manifestasi terhadap konstruk	Indikator mendefinisikan konstruk
<b>Apakah perubahan pada indikator mengakibatkan perubahan pada konstruk atau tidak?</b>	Perubahan indikator tidak menyebabkan perubahan pada konstruk	Perubahan pada indikator mengakibatkan perubahan pada konstruk
<b>Apakah perubahan pada konstruk mengakibatkan perubahan pada konstruk?</b>	Perubahan pada konstruk mengakibatkan perubahan pada indicator	Perubahan pada konstruk tidak menyebabkan perubahan pada indicator

<b>Kriteria</b>	<b>Model Reflektif</b>	<b>Model Formatif</b>
<b>Apakah indikator atau item dapat dipertukarkan</b>	Indikator dapat dipertukarkan	Indikator tidak dapat dipertukarkan
<b>Haruskah indikator memiliki konten yang sama? Atau indikator memiliki tema yang sama?</b>	Indikator harus memiliki konten yang sama dan indikator perlu memiliki tema yang sama	Indikator tidak harus memiliki konten yang sama dan indikator tidak perlu memiliki tema yang sama
<b>Apakah dengan menghilangkan satu indikator akan mengubah makna konstruk?</b>	Menghilangkan satu indikator tidak akan mengubah makna konstruk	Menghilangkan satu indikator akan mengubah makna konstruk
<b>Apakah terdapat kovarian antar indikator</b>	Indikator diharapkan memiliki kovarian satu sama lainnya	Tidak perlu ada kovarian antar Indikator
<b>Apakah perubahan satu indikator berhubungan dengan perubahan indikator lainnya</b>	Tidak Harus	Ya
<b>Nomological dari indikator konstruk</b>	Nomological indikator tidak harus berbeda	Nomological indikator berbeda
<b>Apakah indikator diharapkan memiliki anteseden dan konsekuen yang sama?</b>	Indikator diisyaratkan memiliki anteseden dan konsekuen yang sama	Indikator tidak disyaratkan memiliki anteseden dan konsekuen yang sama



**MODEL PENGUKURAN  
(OUTER MODEL) DAN  
MODEL STRUKTURAL  
(INNER MODEL)**

## 9.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

PLS pada dasarnya tidak memberikan syarat adanya data yang berdistribusi normal atau menggunakan estimasi tertentu. Model evaluasi yang digunakan PLS adalah model pengukuran dan model struktural.

Model pengukuran atau yang biasa disebut *outer model* merupakan evaluasi dengan menguji validitas dan reliabilitas. Untuk Indikator yang reflektif biasanya menggunakan evaluasi validitas konvergen dan diskriminan. Sementara untuk untuk mengukur reliabilitas menggunakan *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Untuk model pengukuran yang indikatornya formatif akan dievaluasi dengan melihat *relative weight* dan signifikansi dari konstruk.

Dalam mengukur validitas konvergen dan validitas diskriminan ada *rule of thumb* yang harus diperhatikan. Validitas konvergen haruslah berkorelasi tinggi untuk setiap *manifest variabel* dari sebuah konstruk. Hal tersebut dapat dilihat pada *factor loading* yang berkumpul menjadi satu dan memiliki angka lebih dari 0.7 untuk penelitian yang sifatnya konfirmatori dan 0.6-0.7 untuk penelitian yang sifatnya eksplorasi. Tabel 4.1 menjelaskan salah satu contoh penelitian yang memiliki *factor loading* yang baik, dimana masing-masing indikator berkumpul dalam sebuah konstruk dan masing-masing indikator memiliki nilai > 0.7, sehingga bisa dikatakan masing-masing indikator berkorelasi tinggi untuk membentuk sebuah konstruk.

**Tabel 9.1 Factor Loading**

<b>Indikator</b>	<b>Assurance</b>	<b>Emphaty</b>	<b>Kepuasan pelanggan</b>	<b>Pembelian Ulang</b>
<b>Ass10</b>	0,7859			
<b>Ass12</b>	0,8844			
<b>Ass13</b>	0,7265			
<b>Emp14</b>		0,7757		
<b>Emp15</b>		0,8040		
<b>Emp16</b>		0,7567		
<b>KP1</b>			0,8270	

<b>Indikator</b>	<b>Assurance</b>	<b>Emphaty</b>	<b>Kepuasan pelanggan</b>	<b>Pembelian Ulang</b>
<b>KP2</b>			0,8418	
<b>KP3</b>			0,7979	
<b>KP4</b>			0,7704	
<b>KP5</b>			0,7520	
<b>KP6</b>			0,8114	
<b>PU1</b>				0,8246
<b>PU2</b>				0,8649
<b>PU3</b>				0,8697
<b>PU4</b>				0,8798
<b>PU5</b>				0,8310

Selain *factor loading* hal yang harus diperhatikan adalah nilai *Average Varian Extracted* (AVE). AVE merupakan koefisien yang menjelaskan varian di dalam indikator yang dapat dijelaskan dalam faktor umum. AVE didapatkan dari persamaan berikut:

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^k \lambda_i^2}{\sum_{i=1}^k \lambda_i^2 + \sum_{i=1}^k (1 - \lambda_i^2)}$$

Keterangan:  $\lambda$  adalah *factor loading*

Batasan nilai AVE yang disarankan dalam sebuah penelitian eksploratori adalah lebih besar dari 0.5. Sedangkan untuk melihat validitas diskriminan, harus memuat prinsip bahwa *manifest variabel* yang berbeda harusnya tidak berkorelasi tinggi. Untuk melihat validitas diskriminan dapat melihat *cross loading* setiap variabel harus lebih dari 0.70. selain cara tersebut dapat juga menggunakan rumus perbandingan akar kuadrat AVE dengan nilai korelasi antar konstruk dalam sebuah model. Tabel 4.2 akan menjelaskan mengenai validitas diskriminan.

**Tabel 9.2 Validitas Diskriminan**

Konstruk	<i>Assurance</i>	<i>Emphaty</i>	Kepuasan	Pembelian Ulang
<i>Assurance</i>	0,8016			
<i>Emphaty</i>	0,6560	0,7790		
Kepuasan pelanggan	0,6795	0,7015	0,7795	
Pembelian Ulang	0,5383	0,5740	0,7048	0,8543

Pada tabel 4.2 dijelaskan bahwa angka yang berada didalam kotak yang bercetak tebal merupakan hasil dari akar AVE, jika dibandingkan dengan korelasi antar konstruk maka nilai akar AVE haruslah lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk.

Dalam model pengukuran selain uji validitas yang harus diperhatikan adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan uji konsistensi atau keandalan instrumen dalam mengukur sebuah konstruk. Dalam penggunaan SEM-PLS, pengujian reliabilitas dapat dilihat dengan dua cara yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

Uji reliabilitas merupakan kuadrat dari *factor loading* tiap indikator yang merupakan estimasi komunalitas terhadap konstruk atau variabel laten. Komunalitas (*communality*) adalah persentase varian item yang dapat menjelaskan konstruk ukur. Untuk menentukan koefisien reliabilitas haruslah melihat *rule of thumb* yang sudah ditentukan. *Rule of thumb* untuk *cronbach's alpha* haruslah lebih dari 0.7 sedangkan untuk *composite reliability* juga harus memenuhi *rule of thumb* 0.7. *Rule of thumb* tersebut biasanya digunakan untuk penelitian yang berjenis konfirmatori karena tujuannya untuk menguji teori atau mengkonfirmasi teori maka nilai koefisien reliabilitas haruslah tinggi. Sedangkan untuk penelitian eksploratori nilai 0.6-0.7 masih bisa diterima karena tujuannya hanya untuk memprediksi. Tabel 2.3 merupakan contoh sebuah penelitian yang menggambarkan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

**Tabel 9.3 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Assurance	0,7299	0,8427
Emphaty	0,6798	0,8224
Kepuasan pelanggan	0,8939	0,9150
Pembelian Ulang	0,9132	0,9310
Reliability	0,7629	0,8450
Responsiveness	0,8240	0,8881
Tangible	0,9149	0,9206

Tabel 4.3 menjelaskan mengenai besaran nilai reliabilitas sesuai dengan *rule of thumb*. Konstruk selain *empathy* untuk nilai cronbach alpha memenuhi ketentuan yaitu diatas 0.7 tetapi untuk konstruk *empathy* kurang dari 0.7, karena dalam penelitian tersebut tujuan penelitian adalah untuk memprediksi maka penggunaan *rule of thumb* 0.6-0.7 diperbolehkan. Sementara itu untuk nilai composite reliability semua konstruk sudah memenuhi ketentuan yang disyaratkan.

Untuk memudahkan dalam memahami validitas dan reliabilitas tabel 4.4 akan menjelaskan secara detail beserta *rule of thumb* yang disyaratkan.

**Tabel 9.4 Ringkasan Rule of Thumb Model Pengukuran**

Jenis Pengujian	Parameter	Rule of Thumb
Validitas konvergen	<i>Loading Factor</i>	1. Untuk penelitian konfirmatori mensyaratkan nilai lebih dari 0.7. 2. Untuk penelitian eksploratori mensyaratkan nilai lebih dari 0.6
	<i>Average Varian Extracted (AVE)</i>	Untuk penelitian konfirmatori dan eksplorasi mensyaratkan nilai lebih dari 0.5

Jenis Pengujian	Parameter	Rule of Thumb
<b>Validitas Diskriminan</b>	<i>Communality</i>	Untuk penelitian konfirmatori dan eksplorasi mensyaratkan nilai lebih dari 0.5
	Cross Loading	Setiap konstruk atau variabel laten haruslah memiliki nilai lebih dari 0.7
	Perbandingan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar konstruk laten	Akar kuadrat AVE harus lebih dari korelasi antar konstruk laten
<b>Reliabilitas</b>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk penelitian konfirmatori mensyaratkan nilai lebih dari 0.7</li> <li>2. Untuk penelitian eksploratori mensyaratkan nilai lebih dari 0.6</li> </ol>
	<i>Composite Reliability</i>	Untuk penelitian konfirmatori mensyaratkan nilai lebih dari 0.7 Sedangkan eksploratori nilai harus lebih dari 0.6

## 9.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Model berikutnya yang harus di evaluasi dalam SEM-PLS adalah model struktural. Model struktural digunakan untuk menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten. Model persamaan struktural dapat disusun sebagai berikut:

$$\eta = \beta_0 + \beta \eta + \Gamma\xi + \zeta$$

$\eta$  adalah vektor variabel independen

$\xi$  adalah vektor variabel dependen

$\zeta$  adalah variabel residual

Hal yang harus diperhatikan dalam menilai model struktural adalah koefisien determinasi atau *R-Squares*, karena untuk melihat

kekuatan setiap variabel laten endogen dalam memprediksi sebuah model. Cara kerjanya sama dengan OLS regresi, perubahan nilai *R-Squares* dapat menjelaskan perubahan pengaruh antar variabel laten.

Hasil dari *R-Squares* menjadi tolak ukur jumlah variance dari konstruk yang dijelaskan oleh sebuah model. Besarnya pengaruh *R-Squares* dapat dihitung dengan rumus berikut ini:

$$f^2 = \frac{R^2_{included} - R^2_{excluded}}{1 - R^2_{included}}$$

Tabel 4.5 adalah sebuah contoh penelitian yang menghasilkan nilai *R-Squares* sebagai berikut:

**Tabel 9.5 Nilai R-Squares**

Variabel	R Squares
Kepuasan pelanggan	0,6459
Pembelian Ulang	0,5

Hasil *R-Squares* pada tabel 2.5 mengindikasikan bahwa besarnya sumbangan pengaruh variabel laten terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah 0.6459. Nilai tersebut menurut Cohen (1988) dikategorikan *moderate*. Sedangkan untuk nilai *R-Squares* variabel pembelian ulang sebesar juga dikategorikan *moderate*. Cohen (1988) membagi kategori nilai *R-Squares* kedalam 3 Tingkatan yaitu 0.75 untuk kategori tinggi, 0.5 untuk kategori Moderate dan 0.25 untuk kategori rendah. Walaupun demikian, karena karakteristik penelitian sosial yang dinamis sehingga untuk *R-Squares* tinggi jarang ditemui.

Selain *R-Squares*, nilai koefisien path atau *t-values* tiap path merupakan hal penting karena dilakukan untuk uji signifikansi antarkonstruk dalam mode struktural. Tujuan utamanya adalah untuk memprediksi hubungan kausal antar variabel atau pengujian hipotesis. Dalam hal ini, kebanyakan pengguna SEM-PLS akan menggunakan skema bootstrapping. Tabel 4.6 akan menjelaskan mengenai hasil pengujian hipotesis salah contoh penelitian.

**Tabel 9.6 Pengujian Hipotesis**

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistics (O/STERR)</i>
DJ -> SAT	0.1481	0.1410	0.0648	2.2821*
DJ -> TR	0.5207	0.5136	0.0702	7.4164*
EC -> PU	0.3743	0.3701	0.0908	4.1222*
EC -> SAT	0.2821	0.2898	0.0667	4.2253*
IJ -> SAT	-0.0485	-0.0463	0.0725	0.6694
IJ -> TR	0.1826	0.1833	0.0683	2.6742*
PJ -> SAT	-0.0125	-0.0104	0.0624	0.2005
PJ -> TR	0.1065	0.1156	0.0625	1.7025**
PR -> SAT	0.0762	0.0824	0.0428	1.7795**
PU -> SAT	0.2760	0.2748	0.0542	5.0914*
SAT -> CI	0.353	0.3618	0.0649	5.4332*
TR -> PU	0.2174	0.2236	0.0883	2.4618*
TR -> SAT	0.2737	0.2657	0.0715	3.8283*
DJ -> SAT	0.1481	0.1410	0.0648	2.2821*

\*Significant level 5%, \*\* Significant level 10%

Tabel 4.6 merupakan penelitian Aligarh (2017) yang memiliki model sangat kompleks. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa ada 2 hipotesis yang tidak terdukung yaitu pada jalur IJ -> SAT dengan nilai 0.6694. jalur tersebut tidak terdukung karena nilai *T Statistics* kurang dari 1.96 artinya bahwa nilai *t* hitung < nilai *t* tabel sehingga hipotesis tersebut tidak terdukung. Hal sama juga terjadi pada jalur PJ -> SAT dengan nilai 0.2005.

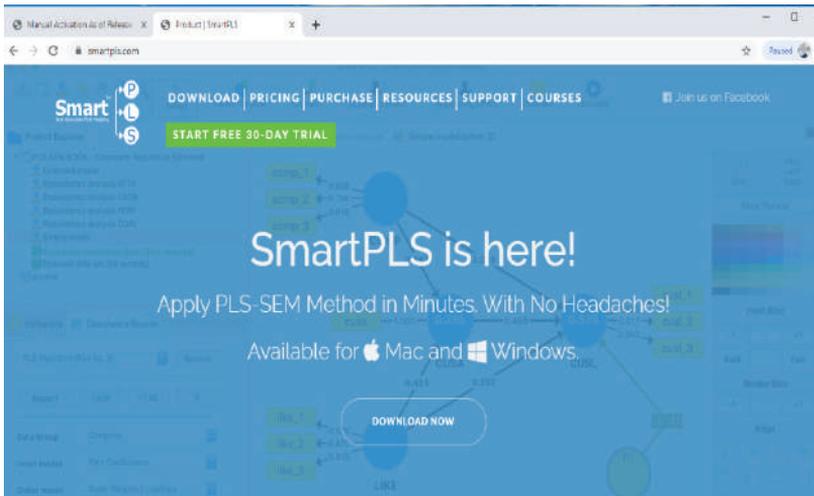
Selain kedua hipotesis tersebut ada jalur yang bertanda \*\* untuk nilai *t-statistics*. Jalur tersebut terdukung pada level signifikansi 10%, artinya jika nilai *t-statistics* lebih dari 1.65 maka hipotesis tersebut dapat dikatakan terdukung. Dalam tabel tersebut terdapat 2 jalur yang memiliki level signifikansi 10% yaitu jalur PJ -> TR dan PR -> SAT. Untuk hipotesis yang bertanda \* adalah hipotesis yang memiliki signifikansi 5% dan lebih dari nilai *t* tabel yaitu 1.96.



**ANALISIS SEM PLS  
DENGAN SMART PLS 3.2.8**

## 1.1 Instalasi Program SmartPLS 3.2.8

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai tahapan-tahapan instalasi *Software SmartPLS 3.2.8*. *Software* dapat diunduh secara gratis di [www.smartpls.com](http://www.smartpls.com). Untuk menginstalasi *SmartPLS 3.2.8* komputer perlu dilengkapi *software Java Runtime Environment (JRE)* yang diunduh bersamaan secara otomatis saat mengunduh *SmartPLS*. Terdapat 3 versi *SmartPLS 3.2.8* berdasarkan jenis operasinya, yaitu: *Windows 32 BIT*, *Windows 64 BIT* dan *Mac OSX 64 BIT* seperti terlihat pada:

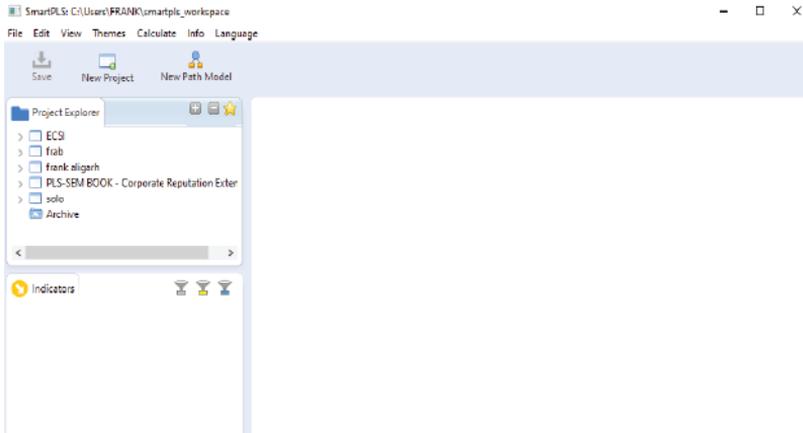


**Gambar 10.1. Fitur Download and Instalasi *SmartPLS 3.2.8***

Sebelum mengunduh, user harus mendaftar sebagai anggota forum di [www.smartpls.com](http://www.smartpls.com) untuk mendapatkan *username* dan *password*. Waktu yang diperlukan untuk mendapatkan konfirmasi aplikasi sekitar 1 atau 2 hari. Semua langkah instalasi tersebut dilakukan pada saat kondisi internet aktif atau terkoneksi. Setelah berhasil menginstalasi pada computer, baru bisa digunakan secara *off line*.

## 10.2 Memulai *SmartPLS 3.2.8*

Program *SmartPLS 3.2.8* dapat dibuka langsung lewat ikon *SmartPLS 3*:  *Double klik icon* tersebut maka akan muncul tampilan sebagai berikut:



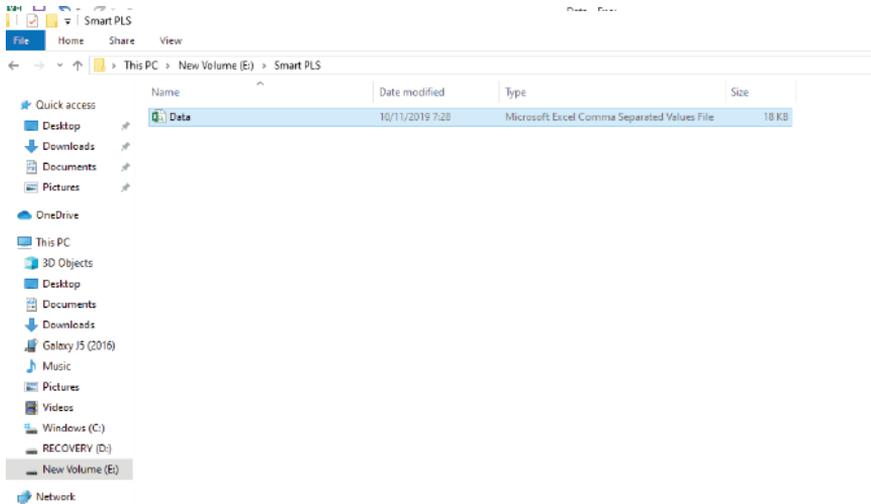
**Gambar 10.2 Tampilan SmartPLS 3.2.8**

### 1.3 Contoh Aplikasi SmartPLS 3.2.8 dalam sebuah Penelitian

#### 1. Menyiapkan Data

Ketika Anda menggunakan SmartPLS 3.2.8 data terlebih dahulu disimpan dalam format file format \*.csv (*comma delimited*) karena format \*.xls tidak dapat dibaca oleh program SmartPLS 3.2.8 File dengan format \*.csv inilah yang dapat dibaca oleh SmartPLS 3.2.8.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
2	No. Responden	KSI1	KSI2	KSI3	KSI4	KSI5	KSI6	KSI7	KSI8	KSI9
3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2
5	3	4	4	2	2	4	4	3	4	4
6	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4
7	5	4	4	3	3	4	4	2	4	3
8	6	5	4	4	4	5	5	4	4	5
9	7	4	4	3	4	4	3	4	4	2
10	8	5	4	4	4	4	3	4	2	2
11	9	5	5	4	2	5	4	4	4	5
12	10	4	4	4	4	4	4	3	3	2
13	11	4	3	4	4	4	4	4	4	2
14	12	4	3	4	4	4	4	3	3	3
15	13	4	3	4	4	4	3	4	2	2



**Gambar 10.3. Format Data dalam Bentuk \*.CSV**

Gambar 10.3. adalah data yang telah disimpan dengan format \*.csv sehingga data telah siap untuk dianalisis dengan Smart PLS 3.2.8.

## 2. Menu Utama Operasi SmartPLS 3.2.8

Layar kerja SmartPLS 3.2.8 terlihat pada Gambar 10.5. dan penjelasan mengenai masing-masing tools dijelaskan oleh tabel 10.1 dibawahnya.



**Gambar 10.5. Layar Kerja SmartPLS 3.2.8**

**Tabel 10.1. Menu Utama Operasi**

Tool	Menu	Hot Key	Fungsi
	<i>Menu File, Create New Project</i>		Memulai membuat project baru

Tool	Menu	Hot Key	Fungsi
	<i>Menu File, Create New Path Model</i>		Memulai menggambar <i>path model diagram</i> .
	<i>Menu View, Switch to selection mode</i>	Ctrl+1	Memilih, mengedit, dan memindahkkan objek pada layar gambar. Objek dapat diedit dengan klik kanan <i>mouse</i> pada objek.
	<i>Menu View, Switch to insert mode</i>	Ctrl+2	Menambah variabel laten. Nama variable laten dapat diedit ( <i>rename</i> ) dengan klik kanan <i>mouse</i> pada gambar lingkaran atau oval variable laten.
	<i>Menu View, Switch to conection mode</i>	Ctrl+3	Menghubungkan nantar variable laten. Apabila tombol ini di-klik, titik koneksi akan muncul sehingga bisa menghubungkan anak panah antar variable laten.

Sumber: Dikembangkan dari berbagai sumber bacaan.

### 3. Latihan Menjalankan SmartPLS 3.2.8

Latihan Menjalankan SmartPLS 3.2.8 dimulai dengan contoh menganalisis pengaruh *Task Technology Fit* Terhadap *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* serta konsekuensinya terhadap *Intention to Use*. Dalam penelitian ini konstruk *Task Technology Fit* diukur dengan indikator-indikator TTF1, TTF2, TTF3, kemudian untuk konstruk *Perceived Ease of Use* diukur dengan indikator-indikator PKM1, PKM2, PKM3, *Perceived Usefulness* diukur dengan indikator-indikator PK1,PK2, PK3,PK4,PK5,PK6, dan Variabel *Intention To Use* dengan indikator-indikator ITU1, dan ITU2.

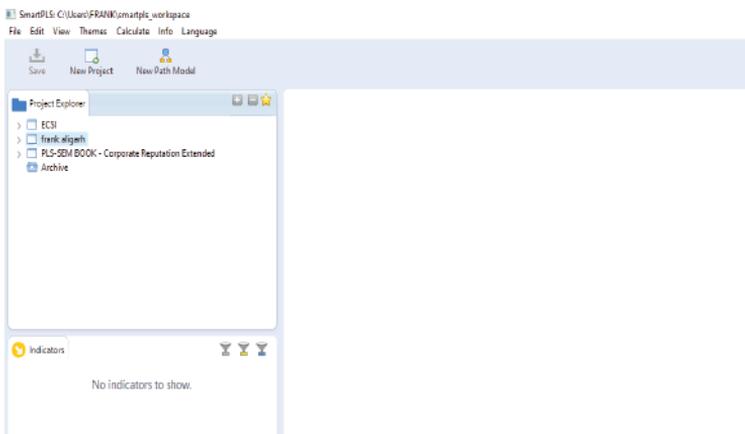
Data latihan yang diperoleh dari 166 responden terdapat dalam CD pada buku ini dengan nama file: *Data\_latihan1.csv*. Adapun langkah-langkah analisis selanjutnya sebagai berikut:

File *data\_latihan1.csv* dibuka. Setelah dibuka, file *data\_latihan1.csv* akan tampak seperti Gambar **Gambar 5.6.** berikut:

No. Responden	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PKM1	PKM2	PKM3	TTF1	TTF2	TTF3	ITU1	ITU2	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
7	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
8	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
10	3	4	2	4	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
12	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
13	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3
14	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4
16	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4

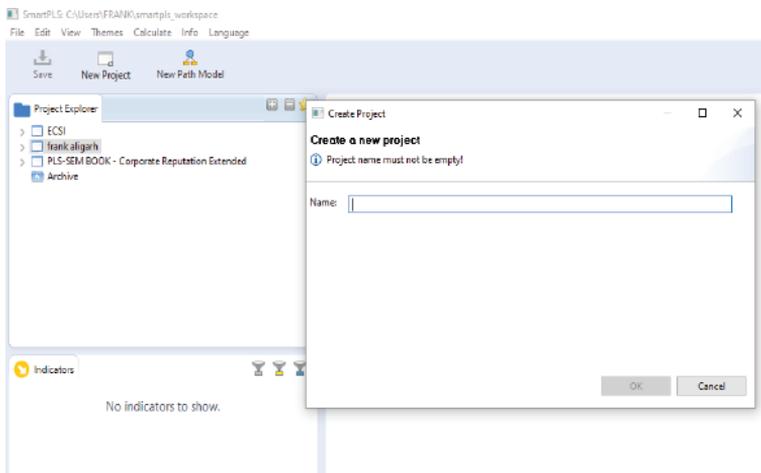
**Gambar 10.6. Format Data dalam Bentuk \*.csv**

Setelah tabulasi data hasil penelitian disimpan dalam format \*.csv, lalu buka program SmartPLS 3.2.8 yang telah di-install di komputer:



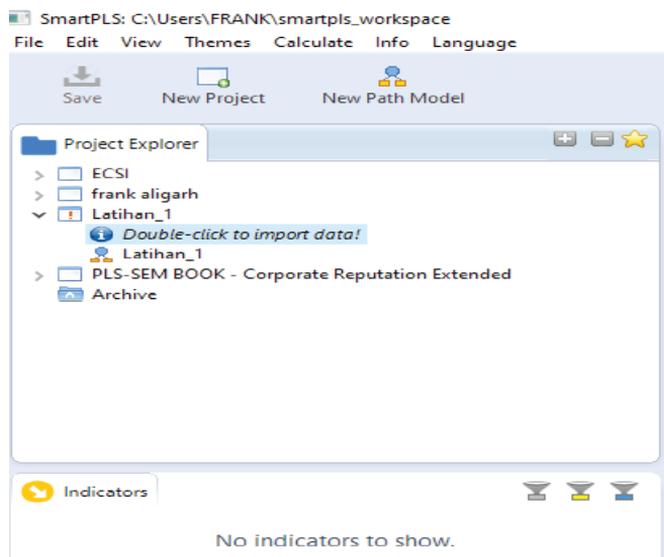
**Gambar 10.7. Layar kerja SmartPLS 3.2.8**

Proyek yang akan dianalisis dilanjutkan dengan membuka menu **File, New, Create New Project**. Kemudian isikan nama file dalam layar **Create new Project** misalnya **Latihan\_1**. Kemudian klik **Ok**.



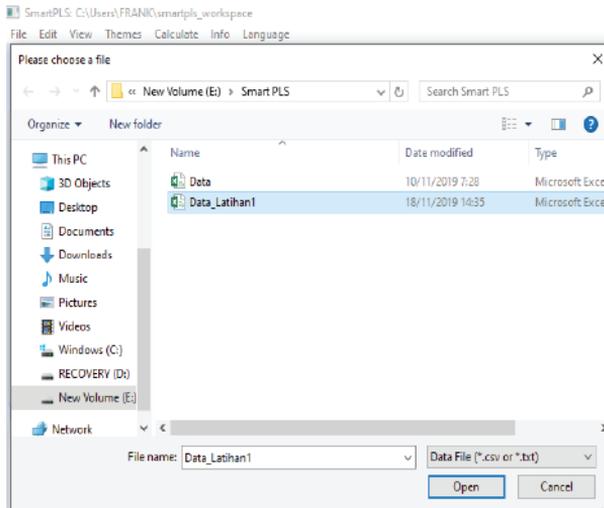
**Gambar 10.8. Layar Kerja SmartPLS 3.2.8 pada saat *Create New Project*.**

Cari data file data\_latihan\_1 format \*.csv yang sudah tersimpan dalam direktori. Caranya ***Double click to import data*** pada layar kerja.



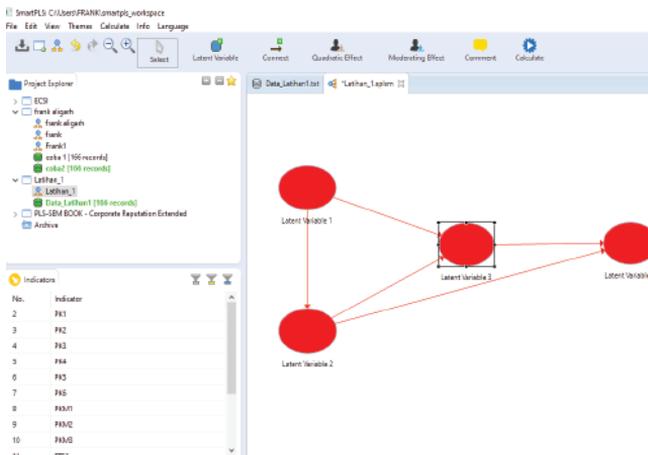
**Gambar 10.9. Layar Kerja SmartPLS 3.2.8 yang Menunjukkan Perintah *Double Click to Import Data*.**

Setelah di klik pada ***Double click to import data*** pada layar kerja, maka pilih file *Data\_latihan1.csv* dari maka akan tampil layar kerja sebagai berikut:



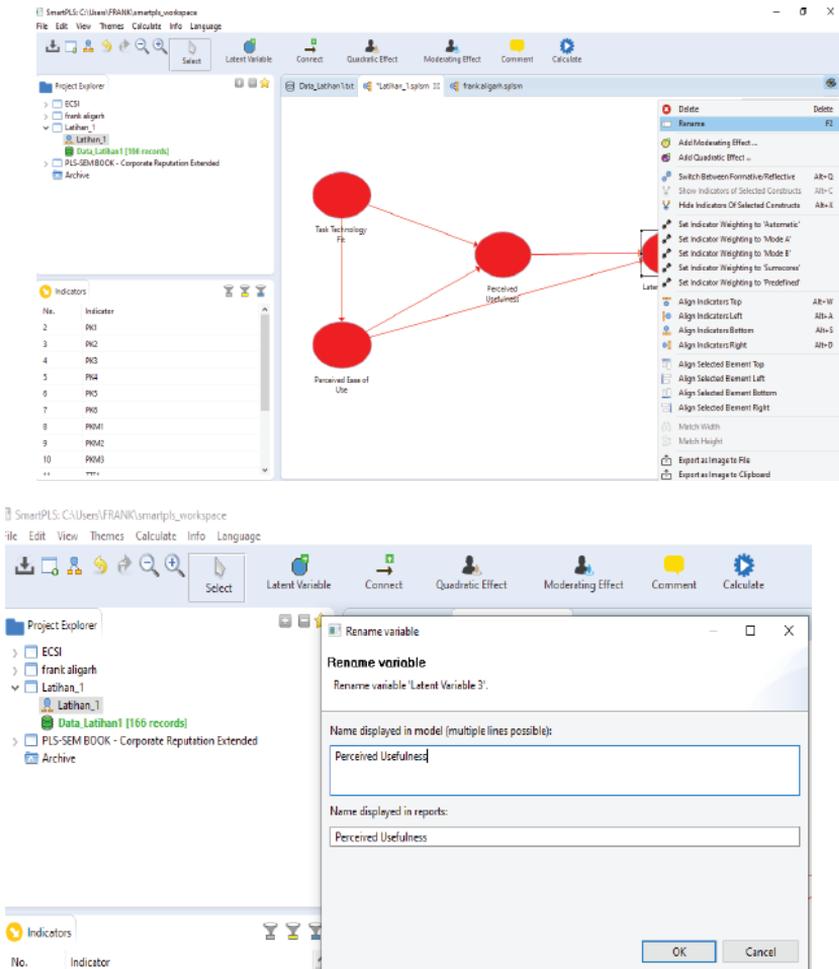
**Gambar 10.10.** Layar Kerja SmartPLS 3.2.8 yang Menunjukkan Perintah memilih file \*.csv yang akan diolah.

Setelah dibuka di-klik pada file *Data\_latihan1.csv*, maka akan muncul perintah menggambar diagram pada menu *New Path Model* lalu buat gambar diagram. Caranya klik  (Switch to Insert Mode) dan hubungkan dengan  (switch to Connection Mode). Model penelitian yang digunakan adalah menggunakan penelitian lampiran B. Hasilnya sesuai **Gambar 10.11**.



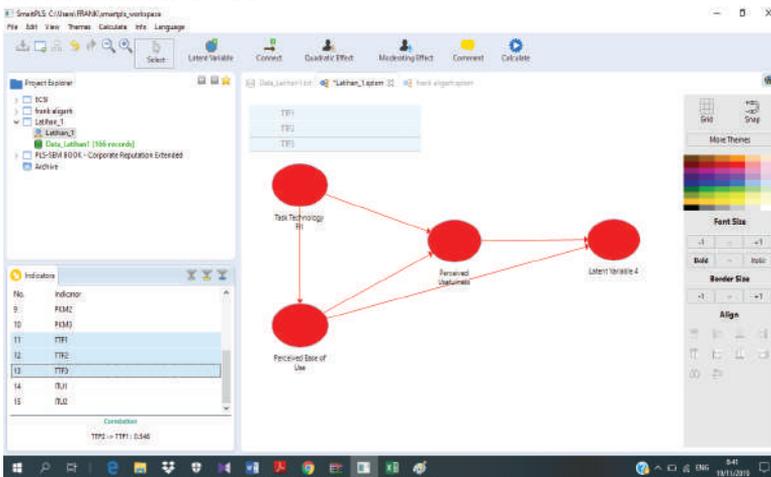
**Gambar 10.11.** Path Diagram Integrasi Model TAM dan TTF

Pada gambar diatas, terdapat gambar oval merah sebagai simbol variabel laten, kemudian klik *mouse* kanan, pilih *Rename* untuk mengganti nama sesuai dengan variabel yang dicontohkan. Untuk variabel laten 1 dirubah menjadi *Task-Technology Fit*, variabel laten 2 dirubah menjadi *Perceived Ease of Use*, variabel laten 3 dirubah menjadi *Perceived Usefulness* dan variabel laten 4 dirubah menjadi *Intention To Use* sesuai gambar dibawah ini.

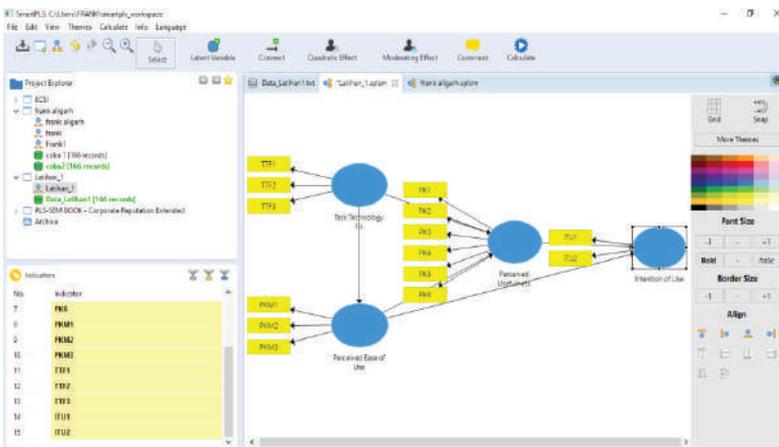


**Gambar 10.12. Proses Penamaan Variabel Laten pada Path Diagram.**

Setelah melalui proses merubah nama variabel, kemudian masing-masing variabel laten perlu dijelaskan dengan baik mengenai indikator yang membentuk variabel. Baik itu bentuk formatif maupun reflektif harus dijelaskan secara teoritis agar dalam membentuk model tidak terjadi kesalahan penarikan kesimpulan. Untuk proses selanjutnya, drag indikator TTF1, TTF2, dan TTF3 kedalam variabel *Task Technology Fit*. Demikian juga drag indikator yang lain sesuai dengan variabel dalam model penelitian Hasilnya seperti **Gambar 10.13.** dan **Gambar 10.14.**

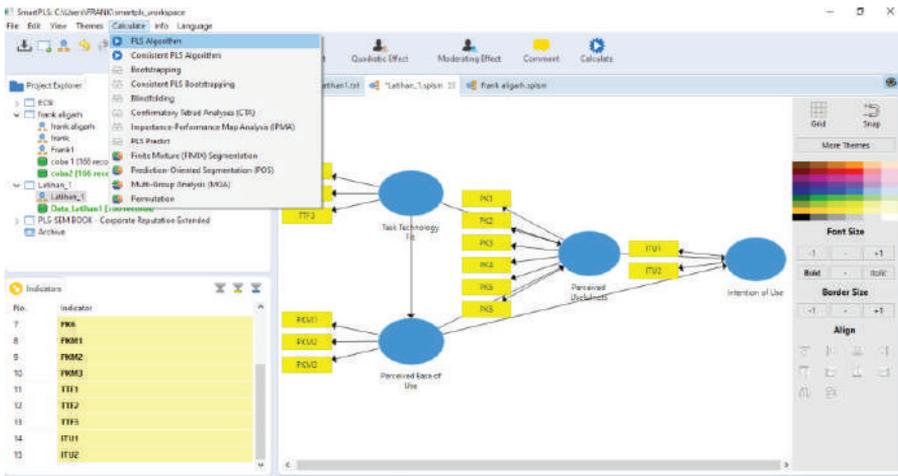


**Gambar 10.13.** Indikator TTF1, TTF2, TTF3 di-drag ke variabel *Task Technology Fit*.



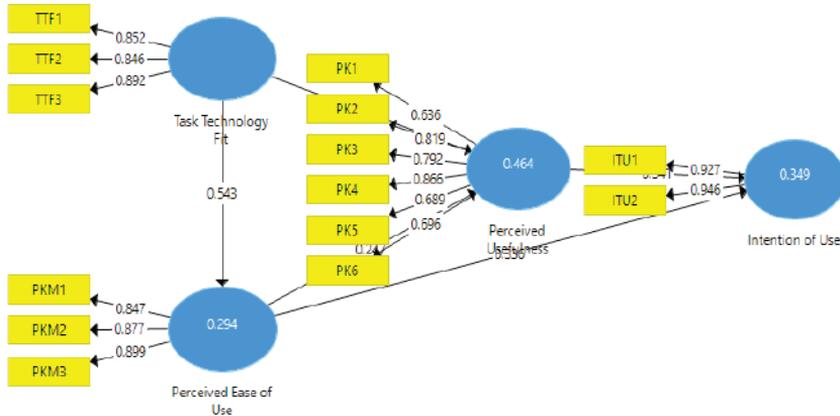
**Gambar 10.14.** Semua Indikator di-drag ke variabel masing-masing.

Nilai atau koefisien pengaruh antar variable laten dalam **Gambar 10.14**, telah siap dikalkulasi dengan menekan menu **Calculate**, lalu klik **PLS Algorithm**. Lihat **Gambar 10.15**. Perintah Kalkulasi, **PLS Algorithm** menunjukkan beberapa menu yang berfungsi dalam Algoritma PLS yaitu weighting scheme atau skema pembobotan dengan tiga opsi, yaitu: *path*, *factor* dan *centroid*. Data *metric* menunjukkan pengolahan data yang standard (*standardized*) dan data asli atau tidak standard (*unstandardized*).



**Gambar 10.15. Perintah Kalkulasi, PLS Algorithm.**

Pengujian PLS Algorithm merupakan pengujian untuk melihat Validitas Konvergen, Validitas Diskriminan, dan Reliabilitas masing-masing variabel. Pengujian PLS Algorithm ini sering disebut dengan model pengukuran. Dalam penelitian ini diketahui hasil pengujian Validitas konvergen pada gambar 10.16. Dalam gambar tersebut diketahui bahwa hampir semua indikator sudah memenuhi batas minimal validitas yaitu 0.7. walaupun demikian, masih terdapat beberapa indikator yang tidak memenuhi ambang batas. Ghazali (2013) menjelaskan jika nilai mendekati 0.7 tetap diperbolehkan untuk memenuhi kriteria ambang batas.



**Gambar 10.16. Hasil Uji Validitas Konvergen**

Selain validitas konvergen yang harus diperhatikan adalah validitas diskriminan. Dalam model penelitian ini dijelaskan dalam gambar 10.17. Validitas diskriminan pada gambar 10.17 akan dikatakan memenuhi syarat jika tabel loading dengan masing-masing indikator suatu konstruk mempunyai nilai yang berbeda dengan indikator pada konstruk lain. Apabila nilai akar AVE (yang membentuk diagonal dan bercetak tebal) lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai validitas diskriminan yang tinggi.

**Discriminant Validity**

	Intention of Use	Perceived Ease...	Perceived Usef...	Task Technolog...
Intention of Use	<b>0.937</b>			
Perceived Ease ...	0.515	<b>0.874</b>		
Perceived Usef...	0.518	0.527	<b>0.754</b>	
Task Technolog...	0.541	0.543	0.649	<b>0.864</b>

**Gambar 10.17 Validitas Diskriminan**

Selanjutnya adalah pengujian reliabilitas dan nilai AVE (*Average Varian Extracted*). Dalam pengujian reliabilitas dapat diketahui dengan melihat angka *Cronbach Alpha's* dan *Composite Reliability*. Dalam

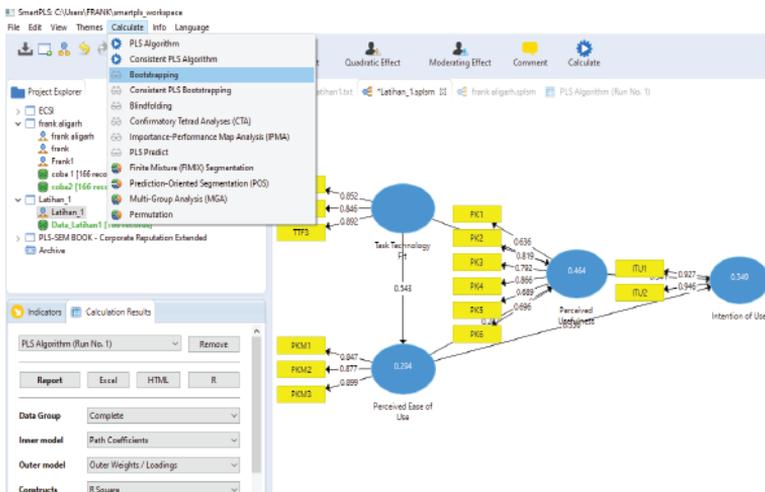
gambar 10.18 diketahui bahwa untuk reliabilitas model penelitian tersebut telah memenuhi batas ambang batas reliabilitas yaitu 0.7 dan ambang batas AVE yaitu 0.5 jadi dapat dikatakan dalam model penelitian ini dapat dikatakan reliabel

### Construct Reliability and Validity

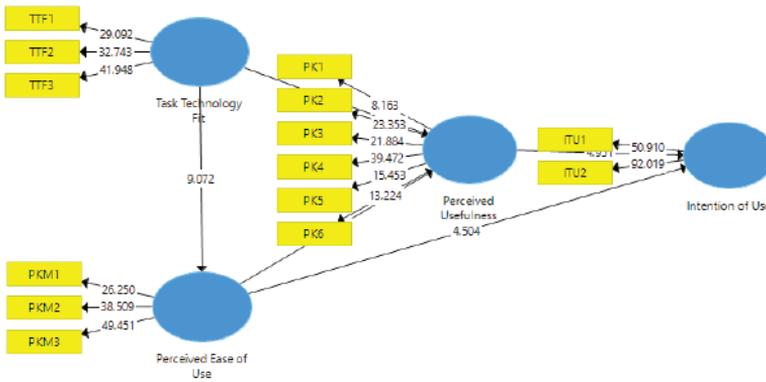
Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...
	Cronbach's AL...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
Intention of Use	0.861	0.875	0.935	0.877
Perceived Ease ...	0.846	0.852	0.907	0.765
Perceived Usef...	0.845	0.856	0.886	0.568
Task Technolog...	0.829	0.830	0.898	0.746

**Gambar 10.18. Reliabilitas**

Proses berikutnya setelah melakukan uji Model Pengukuran atau PLS Algorithm adalah melakukan uji Model Struktural. Dalam pengujian ini dapat ditelusuri dengan perintah **Bootstrapping**. Pilih menu **Calculate**, lalu pilih **Bootstrapping**. Isikan sampel sebesar 166 sesuai dengan data sample yang dipunyai. **Gambar 10.19.** adalah memulai langkah bootstrapping. Hasilnya dilihat pada **Gambar 10.20.** Lalu **Klik Start Calculation** untuk melihat hasilnya.



**Gambar 10.19. Langkah Awal Bootstrapping**



**Gambar 10.20. Nilai Signifikansi Masing-Masing Indikator.**

#### 4. Model Struktural/ Analisis Hipotesis

Analisis pengaruh variable bebas (*exogen*) terhadap variable terikat (*endogen*) dapat dilihat pada *path coefficient* (*Mean*, *STDEV* dan *T-Value*) Hasil pengujian Hipotesis 1 *Task technology fit* terhadap *Perceived Ease of Use* menunjukkan nilai  $T= 9.072$ , angka tersebut menggambarkan bahwa *Task technology fit* berpengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use*. Hasil pengujian H2 menunjukkan nilai  $T= 8,163$ , angka tersebut menunjukkan bahwa *Task Technology Fit* berhubungan positif dengan *Perceived Usefulness*. Selanjutnya, untuk H3 pada menunjukkan nilai  $T= 3,540$ , hasil ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*. Hasil pengujian H4 dan H5 menunjukkan nilai  $T= 4,951$  dan  $T= 4,504$  hasil ini memberikan informasi bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to use*.

**Tabel 10.2. Hasil Uji Hipotesis**

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P Values</i>
<i>Perceived Ease of Use -&gt; Intention of Use</i>	0,336	0,337	0,075	4,504	0,000

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O/ STDEV )</i>	<i>P Values</i>
<i>Perceived Ease of Use -&gt; Perceived Usefulness</i>	0,247	0,244	0,070	3,540	0,001
<i>Perceived Usefulness -&gt; Intention of Use</i>	0,341	0,339	0,069	4,951	0,000
<i>Task Technology Fit -&gt; Perceived Ease of Use</i>	0,543	0,535	0,060	9,072	0,000
<i>Task Technology Fit -&gt; Perceived Usefulness</i>	0,514	0,521	0,068	7,512	0,000



**B A B**

**XI**

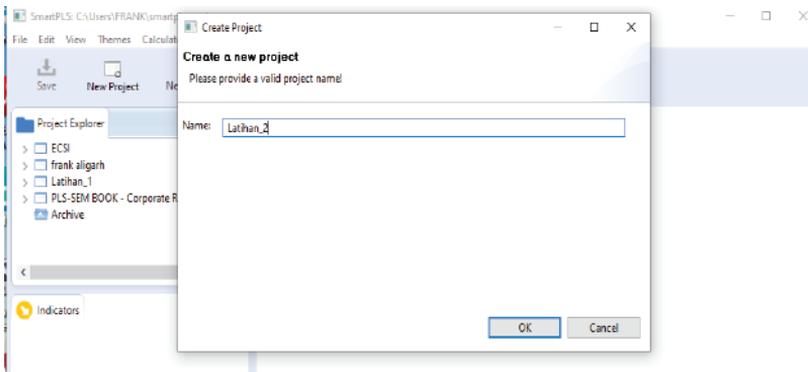
**MODEL PENELITIAN  
MEDIASI**

## 11.1 Pengujian Mediasi dengan Program Smart PLS 3.2.8

Dalam beberapa penelitian, peneliti mungkin akan menguji variabel dengan beberapa variabel pemediasi. Analisis ini disebut *multiple mediating effects*. Beberapa penelitian terdahulu telah banyak menggunakan metode diantaranya sobel dan VAF. Akan tetapi dengan menggunakan output Smart PLS 3.2.8 kita dapat langsung melihat pengaruh langsung maupun tidak langsung.

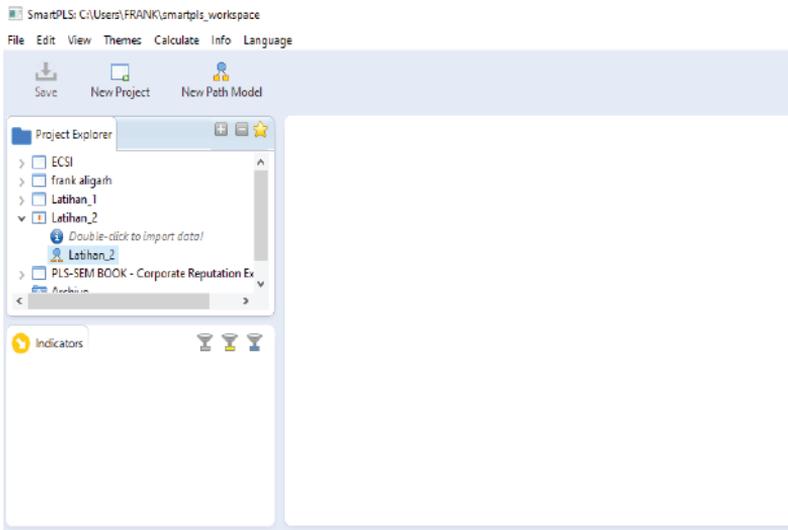
## 11.2 Mediasi menggunakan Smart PLS 3.2.8

Pertama kali yang akan dilakukan adalah dengan membuka menu **File, New, Create New Project**. Kemudian isikan nama file dalam layar **Create new Project** misalnya **Latihan\_2**. Kemudian klik **Ok**



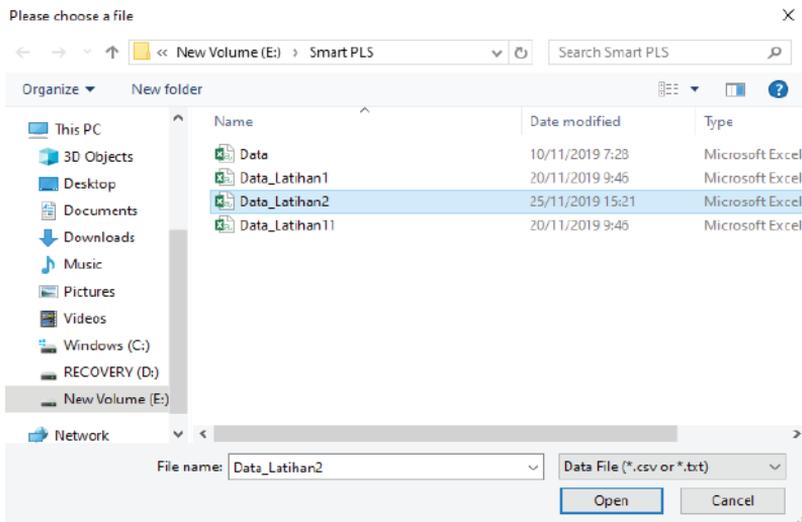
**Gambar 11.1.** Layar Kerja SmartPLS 3.2.8 pada saat *Create New Project*.

Cari data file data\_latihan\_2 format \*.csv yang sudah tersimpan dalam direktori. Caranya **Double click to import data** pada layar kerja.



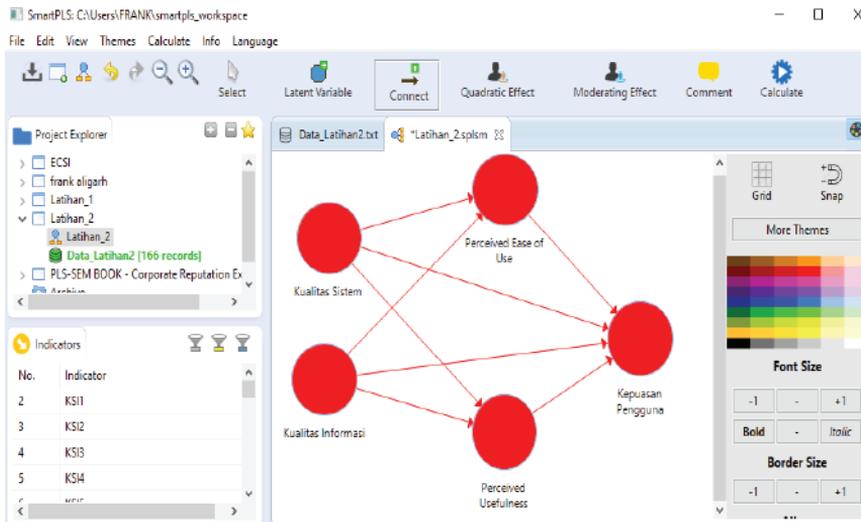
**Gambar 11.2. Layar Kerja SmartPLS 3.2.8 yang Menunjukkan Perintah Double Click to Import Data.**

Setelah di klik pada *Double click to import data* pada layar kerja, maka pilih file *Data\_latihan2.csv* dari maka akan tampil layar kerja sebagai berikut:



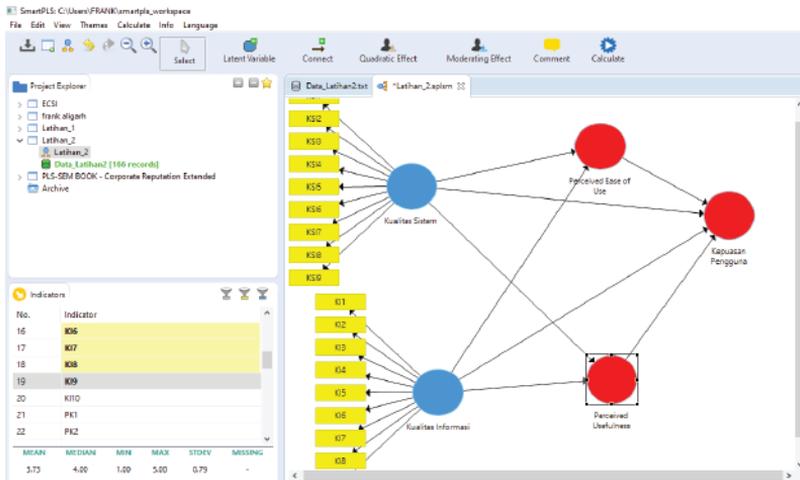
**Gambar 11.3 Layar Kerja SmartPLS 3.2.8 yang Menunjukkan Perintah memilih file \*.csv yang akan diolah.**

Setelah dibuka di-klik pada file *Data\_latihan1.csv*, maka akan muncul perintah menggambar diagram pada menu *New Path Model* (New Path Model), lalu buat gambar diagram. Caranya klik *Latent Variable* (Switch to Insert Mode) dan hubungkan dengan *Connect* (switch to Connection Mode). Hasilnya sesuai **Gambar 11.4**.

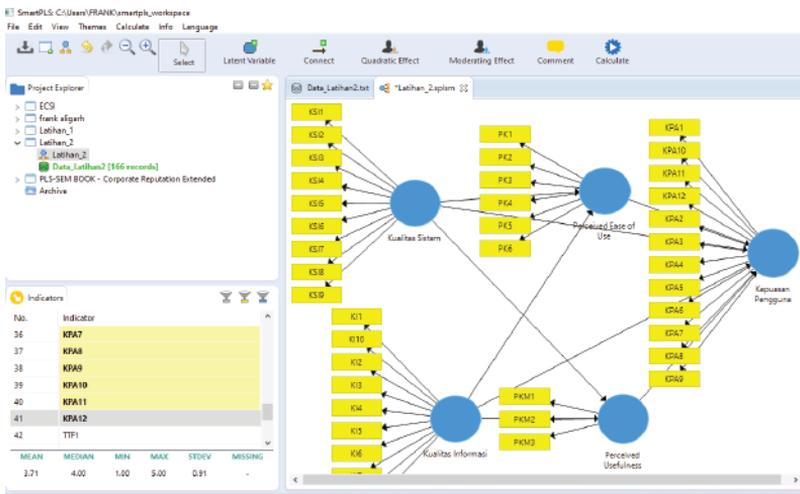


**Gambar 11.4** Proses Penamaan Variabel Laten pada *Path Diagram*.

Setelah melalui proses merubah nama variabel, kemudian masing-masing variabel laten perlu dijelaskan dengan baik mengenai indikator yang membentuk variabel. Baik itu bentuk formatif maupun reflektif harus dijelaskan secara teoritis agar dalam membentuk model tidak terjadi kesalahan penarikan kesimpulan. Untuk proses selanjutnya, *drag* indikator sesuai dengan variabel dalam model penelitian Hasilnya seperti **Gambar 11.4**. dan **Gambar 11.5**.



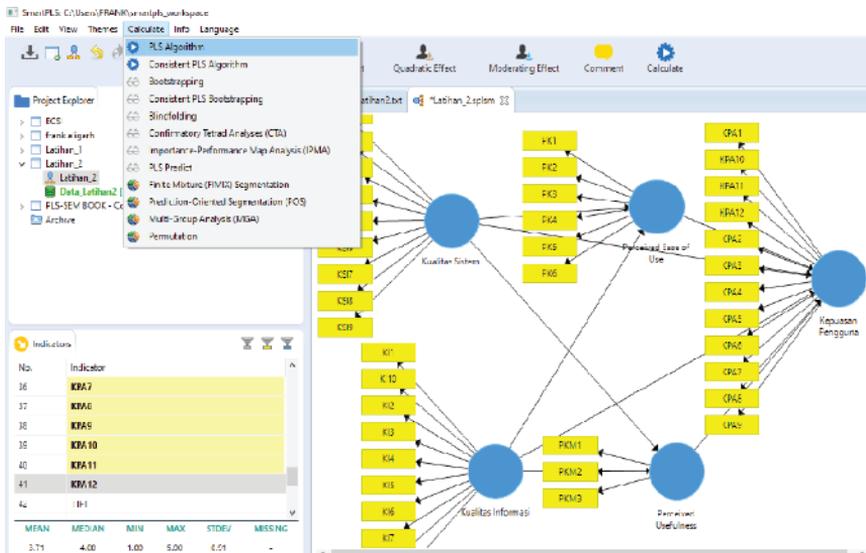
**Gambar 11.5. Indikator di-drag ke variabel**



**Gambar 11.6 Semua Indikator di-drag ke variabel masing-masing.**

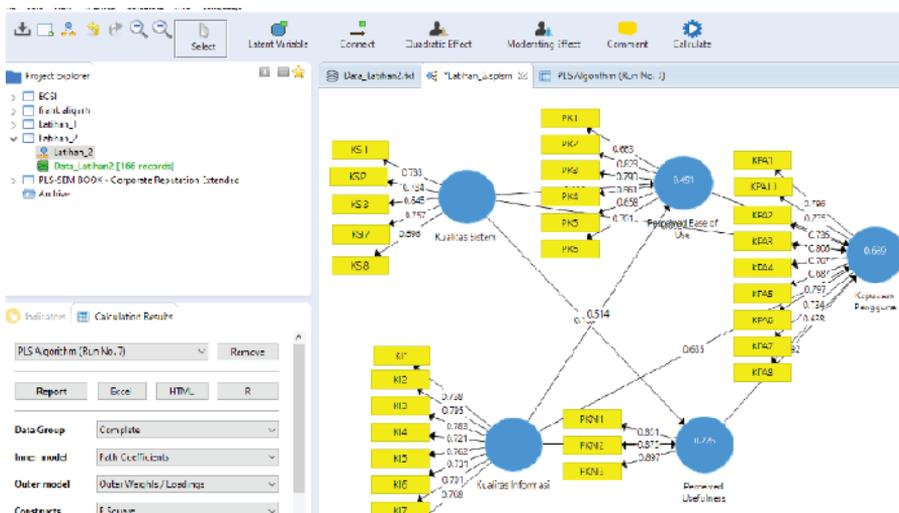
Nilai atau koefisien pengaruh antar variable laten dalam **Gambar 11.5** telah siap dikalkulasi dengan menekan menu **Calculate**, lalu klik **PLS Algorithm**. Lihat **Gambar 11.7 Perintah Kalkulasi, PLS Algorithm**. **PLS Algorithm** menunjukkan beberapa menu yang berfungsi dalam Algoritma PLS yaitu weighting scheme atau skema pembobotan dengan tiga opsi, yaitu: *path*, *factor* dan *centroid*. Data

metric menunjukkan pengolahan data yang standard (*standardized*) dan data asli atau tidak standard (*unstandardized*).



**Gambar 11.7** Perintah Kalkulasi, *PLS Algorithm*.

Pengujian PLS Algorithm merupakan pengujian untuk melihat Validitas Konvergen, Validitas Diskriminan, dan Reliabilitas masing-masing variabel. Pengujian PLS Algorithm ini sering disebut dengan model pengukuran. Dalam penelitian ini diketahui hasil pengujian Validitas konvergen pada Gambar 6.7 Dalam gambar tersebut diketahui bahwa hampir semua indikator sudah memenuhi batas minimal validitas yaitu 0.7. Walaupun demikian, masih terdapat beberapa indikator yang tidak memenuhi ambang batas. Ghazali (2013) menjelaskan jika nilai mendekati 0.7 tetap diperbolehkan untuk memenuhi kriteria ambang batas.



**Gambar 11.8 Hasil Uji Validitas Konvergen**

Selain validitas konvergen yang harus diperhatikan adalah validitas diskriminan. Dalam model penelitian ini dijelaskan dalam gambar 6.8. Validitas diskriminan pada gambar 6.8 akan dikatakan memenuhi syarat jika tabel loading dengan masing-masing indikator suatu konstruk mempunyai nilai yang berbeda dengan indikator pada konstruk lain. apabila nilai akar AVE (yang membentuk diagonal dan bercetak tebal) lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai validitas diskriminan yang tinggi.

#### Discriminant Validity

	Kepuasan Pen...	Kualitas Infor...	Kualitas Sistem	Perceived Ease...	Heterotrait-Monotrait Rat
Kepuasan Peng...	0.744				
Kualitas Inform...	0.809	0.743			
Kualitas Sistem	0.592	0.693	0.714		
Perceived Ease ...	0.674	0.679	0.594	0.754	
Perceived Usef...	0.483	0.457	0.410	0.518	0.875

**Gambar 11.9 Validitas Diskriminan**

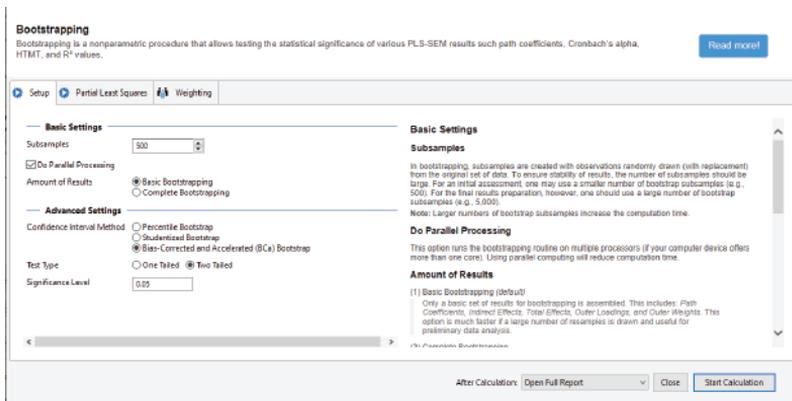
Selanjutnya adalah pengujian reliabilitas dan nilai AVE (*Average Varian Extracted*). Dalam pengujian reliabilitas dapat diketahui dengan melihat angka *Cronbach Alpha's* dan *Composite Reliability*. Dalam gambar 11.10 diketahui bahwa untuk reliabilitas model penelitian tersebut telah memenuhi batas ambang batas reliabilitas yaitu 0.7 dan ambang batas AVE yaitu 0.5 jadi dapat dikatakan dalam model penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

**Construct Reliability and Validity**

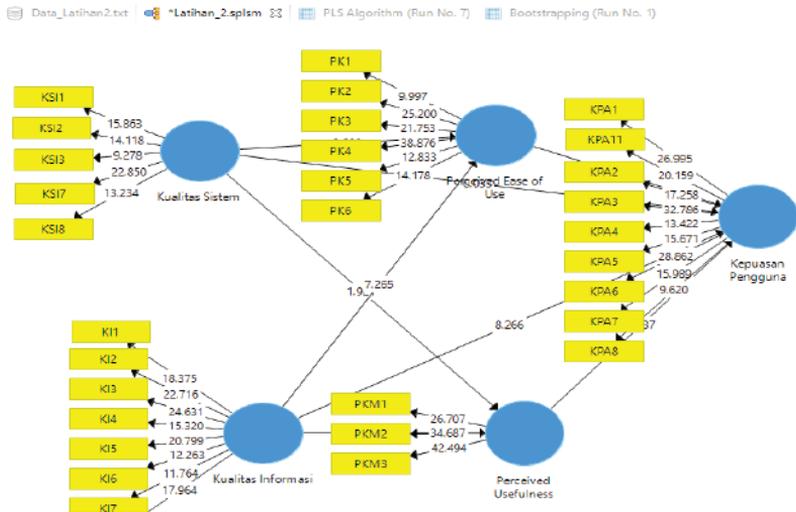
Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
Kepuasan Peng...	0.898	0.901	0.917	0.553
Kualitas Inform...	0.884	0.887	0.908	0.552
Kualitas Sistem	0.760	0.766	0.838	0.510
Perceived Ease ...	0.845	0.856	0.886	0.568
Perceived Usef...	0.846	0.850	0.907	0.765

**Gambar 11.10. Reliabilitas**

Proses berikutnya setelah melakukan uji Model Pengukuran atau PLS Algorithm adalah melakukan uji Model Struktural. Dalam pengujian ini dapat ditelusuri dengan perintah **Bootstrapping**. Pilih menu **Calculate, lalu pilih Bootstrapping**. Isikan sampel sebesar 166 sesuai dengan data sample yang dipunyai. **Gambar 11.11**. adalah memulai langkah bootstrapping. Hasilnya dilihat pada **Gambar 11.12**. Lalu **Klik Start Calculation** untuk melihat hasilnya.



**Gambar 11.11. Langkah Awal Bootstrapping**



**Gambar 11.11. Nilai Signifikansi Masing-Masing Indikator**

### 11.3 Pengujian Mediasi

Untuk melihat hasil pengujian mediasi di dalam Smart PLS 3.2.8 tidak perlu menggunakan Uji Sobel, *software* ini sudah dilengkapi dengan penghitungan output baik pengaruh langsung maupun tidak langsung. Dalam model penelitian yang dijalankan penulis dapat dilihat dalam gambar 11.13 dibawah ini:

**Total Indirect Effects**

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O/...	P Values
Kualitas Informasi -> Kepuasan Pengguna	0.131	0.133	0.044	3.002	0.003
Kualitas Informasi -> Perceived Ease of Use					
Kualitas Informasi -> Perceived Usefulness					
Kualitas Sistem -> Kepuasan Pengguna	0.063	0.067	0.031	2.044	0.041
Kualitas Sistem -> Perceived Ease of Use					
Kualitas Sistem -> Perceived Usefulness					
Perceived Ease of Use -> Kepuasan Pengguna					
Perceived Usefulness -> Kepuasan Pengguna					

**Gambar 11.13 Total Indirect Effect**

Gambar 11.12 menunjukkan bahwa untuk pengujian langsung dari 2 hipotesis menunjukkan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna. Setelah

melihat pengaruh langsung kemudian kita dapat melihat pengujian pengaruh tidak langsung melalui gambar 11.13 dibawah ini.

**Total Effects**

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O /...	P Values
Kualitas Informasi -> Kepuasan Pengguna	0.766	0.765	0.063	12.218	0.000
Kualitas Informasi -> Perceived Ease of Use	0.514	0.517	0.071	7.265	0.000
Kualitas Informasi -> Perceived Usefulness	0.332	0.335	0.113	2.930	0.004
Kualitas Sistem -> Kepuasan Pengguna	0.061	0.070	0.072	0.853	0.394
Kualitas Sistem -> Perceived Ease of Use	0.238	0.245	0.077	3.088	0.002
Kualitas Sistem -> Perceived Usefulness	0.181	0.179	0.094	1.921	0.055
Perceived Ease of Use -> Kepuasan Pengguna	0.196	0.203	0.078	2.527	0.012
Perceived Usefulness -> Kepuasan Pengguna	0.092	0.088	0.056	1.637	0.102

**Gambar 11.14 Total Effects**

Hasil pengujian diatas memberikan kesimpulan bahwa variabel yang memediasi hubungan antara kualitas informasi dengan kepuasan pengguna hasilnya terdukung. Sebaliknya, untuk kualitas sistem hasilnya justru mengindikasikan bahwa kualitas sistem tidak memerlukan mediasi.

**B A B**

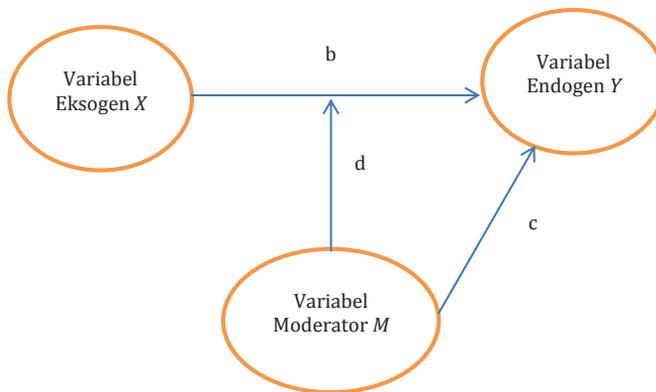
**XII**

**MODEL PENELITIAN  
MODERASI**

## 12.1 Pengujian Moderasi

Pada umumnya, efek moderasi memperlihatkan interaksi antara variabel eksogen (*predictor*) dengan variabel moderator dalam mempengaruhi variabel endogen (Baron dan Kenny 1986; Henseler dan Fassot 2010). Perlu diketahui bahwa *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan metode umum yang digunakan dalam menganalisis regresi linier berganda dengan memasukkan variabel ketiga berupa perkalian antara dua variabel independen (eksogen) sebagai variabel moderating.

Hal ini akan mengakibatkan hubungan *non-linier* sehingga kesalahan pengukuran dari koefisien estimasi MRA jika menggunakan variabel laten menjadi tidak koefisien/bias. Hal ini bisa diatasi dengan menggunakan model persamaan struktural dimana SEM dapat mengoreksi kesalahan pengukuran ini dengan memasukkan pengaruh interaksi ke dalam model. Gambar 10.1 merupakan contoh model struktural dengan efek moderasi



**Gambar 12.1. Model Struktural dengan Efek Moderasi**

Ada 4 cara yang dapat digunakan untuk menguji efek moderasi menggunakan program *SmartPLS 3.2.8* tergantung dari konstruk eksogen dan moderator apakah berbentuk refleksif ataukah formatif.

### 12.1.1 Product Indicator Approach

Apabila konstruk eksogen dan moderator berbentuk refleksif

maka metode yang tepat untuk menguji efek moderasi adalah dengan menggunakan *Product Indicator Approach* (Chin et al. 2003, Henseler dan Chin 2010). Cara yang digunakan adalah dengan membuat perkalian antara indikator variabel eksogen dan moderator untuk membentuk konstruk interaksi.

### 12.1.2 *Two-Stage Approach*

Akan tetapi jika konstruk eksogen atau moderator ada yang berbentuk formatif maka *Product Indicator Approach* bukanlah metoda yang tepat untuk menguji efek interaksi. Ini dikarenakan indikator formatif tidak mengasumsikan pengaruh yang sama terhadap konstruk. Henseler dan Fassot (2010) mengembangkan metoda untuk menguji efek moderasi dengan menggunakan konstruk formatif yang disebut dengan *Two-Stage Approach*. Pendekatan ini dianggap mempunyai keuntungan karena menggunakan skor variabel laten.

*Stage 1:* Menguji efek utama model PLS untuk mendapatkan skor variabel laten. Skor variabel laten ini kemudian dihitung dan disimpan untuk menganalisis selanjutnya.

*Stage 2:* Buat interaksi dengan cara skor variabel laten eksogen dan moderator dikalikan kemudian diregres sebagai variabel *interaction term* terhadap variabel endogen.

Evaluasi model interaksi dilakukan dengan mengetahui R-square untuk efek utama dan R-square untuk efek utama dan untuk full model dengan efek moderasi. Efek moderasi menggunakan *effect size* 0.02, 0.15 dan 0.35 memperlihatkan bahwa model lemah, moderate serta kuat. Chin et al. (2003) menjelaskan bahwa jika *effect size* yang dihasilkan lemah berarti tidak akan berpengaruh terhadap efek interaksi.

### 12.1.3 *The Hybrid Approach*

*The Hybrid Approach* adalah prosedur original yang dikembangkan Wold (1982) guna menguji model PLS dalam bentuk non-linier. Meski pendekatan ini menganggap model dalam bentuk *quadratic* serta hubungan non linier antar variabel laten (Henseler et al. 2012).

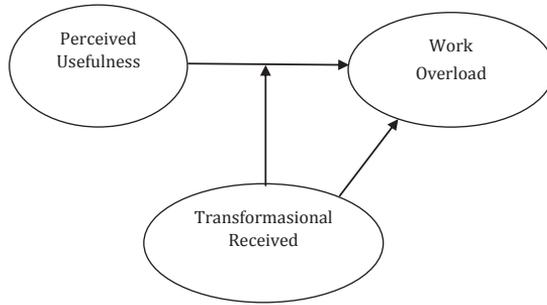
Gagasan utama dari pendekatan ini yaitu dengan memasukkan *internal proxy* untuk setiap *non-linear term* selama proses iterasi *algorithm PLS* berlangsung. Pendekatan ini menggabungkan elemen *Product Indikator Approach* dan *Two-Stage Approach*. Yang pertama, model structural diestimasi untuk memperoleh skor konstruk laten. Kedua, membuat interaksi skor melalui produk interaksi skor konstruk laten. Contoh penerapan *Hybrid Approach* dalam Tenenhaus et al. (2005) menyatakan ada empat langkah dalam menghitung estimasi *PLS Algorithm* untuk skor konstruk laten dari nilai rata-rata proses iterasi, diantaranya:

1. Estimasi *outer* untuk skor konstruk laten
2. Estimasi *inner weight*
3. Estimasi *inner* untuk skor variabel laten
4. Estimasi *outer weight*

#### 12.1.4 The Orthogonalizing Approach

*Orthogonalizing Approach* adalah prosedur interaksi yang telah dikembangkan oleh Little et al. (2006). Pada awalnya, metode ini digunakan untuk *covariance-based SEM*, namun kita dapat mentransferkannya untuk *PLS path modeling*. Pada dasarnya, *orthogonalizing approach* adalah perluasan dari *residual centering* untuk *moderate multiple regression*. *Residual Centering* memakai prosedur *two-stage OLS*. Hasil dari residual ini lalu digunakan dalam *Product Indikator Approach* (Henseller et al. 2012). *Orthogonalizing Approach* mengharuskan terdapat banyak indikator sama seperti *Product Indikator Approach*.

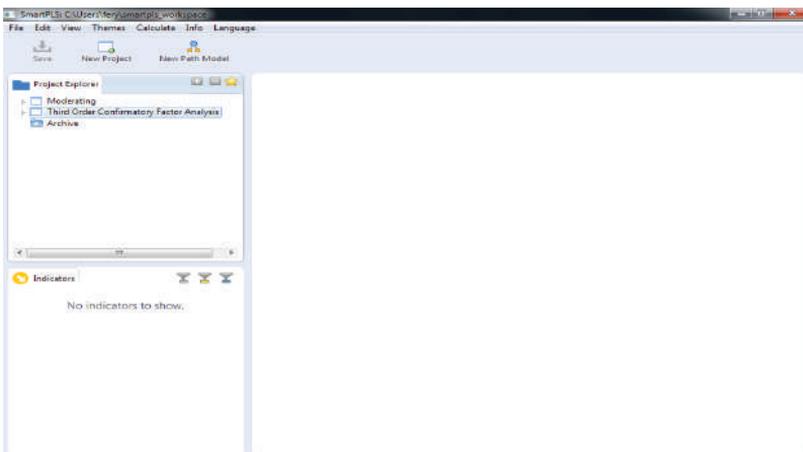
Untuk memberikan contoh dalam analisis SEM efek moderasi ini, semisal kita menggunakan contoh variabel pada bab sebelumnya. Semisal kita mengubah Variabel Kepemimpinan Transformasional menjadi variabel moderator antara *Perceived Usefulness* dengan *Work Overload* dengan menggunakan pendekatan produk indikator. Data ini disimpan dalam file excel dengan nama data **Analisis SEM dengan Efek Moderasi.csv**. model penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:



Sebelum menganalisis model structural secara keseluruhan, yang harus dilakukan adalah kita harus melewati tahapan *first order confirmatory factor analysis* guna memastikan apakah indikator-indikator yang dinyatakan valid sebagai pembentuk konstruk laten. Analisis *first order CFA* dalam variabel ini sudah dilakukan pada bab sebelumnya dan sekarang kita dapat menganalisis model strukturalnya sebagai berikut:

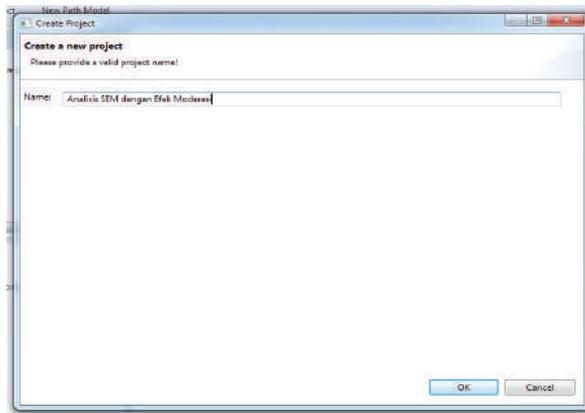
## 12.2 Langkah-Langkah Analisis Menggunakan Program SmartPLS 3.2.8

Double klik icon SmartPLS 3.2.8 sehingga muncul tampilan seperti di bawah ini:



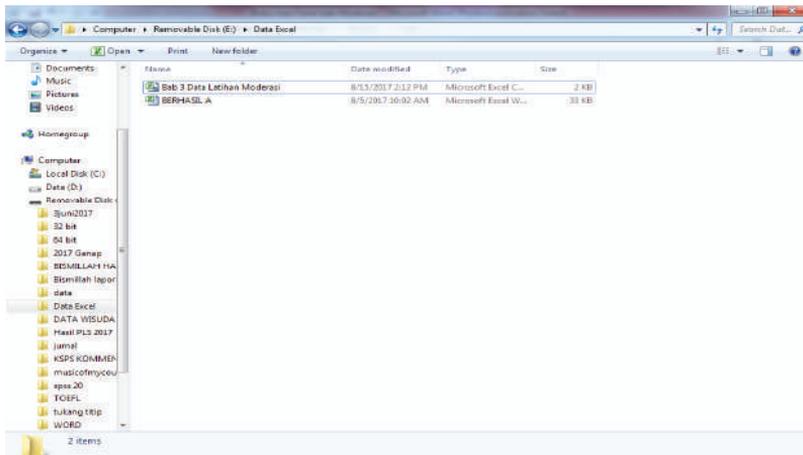
**Gambar 12.1 Menu Awal SmartPLS 3.2.8**

Buka menu utama **file** lalu pilih submenu **new** lalu **Create New Project**. Isikan *project name*: Analisis SEM dengan Efek Moderasi seperti gambar di bawah ini:



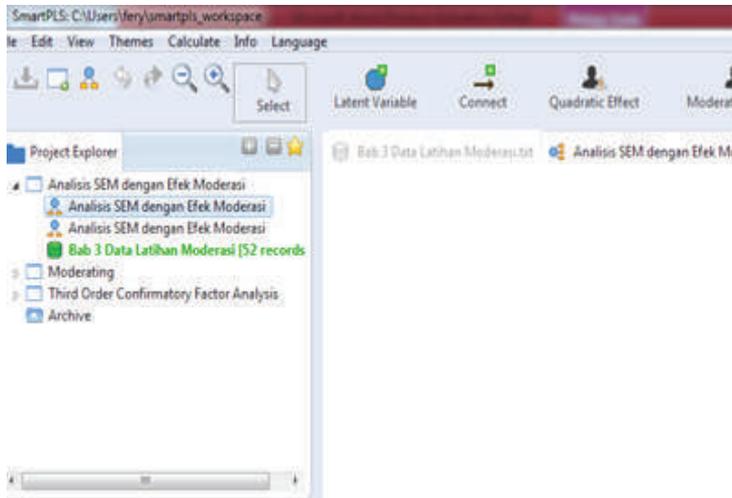
**Gambar 12.2** Kotak Dialog *Create Project*

Klik **Ok** lalu **Double Click to Import Data** kemudian cari dimana file data **Bab 3 Data Latihan Moderasi.csv** disimpan seperti gambar di bawah ini:



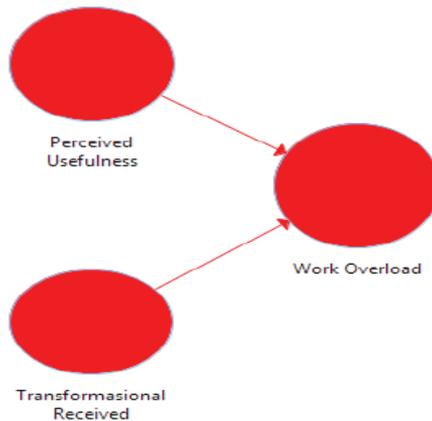
**Gambar 12.3** File csv untuk Model Penelitian Moderasi

Setelah selesai, klik **Open** dan **Ok**, sehingga akan muncul tampilan seperti tampak di bawah ini:



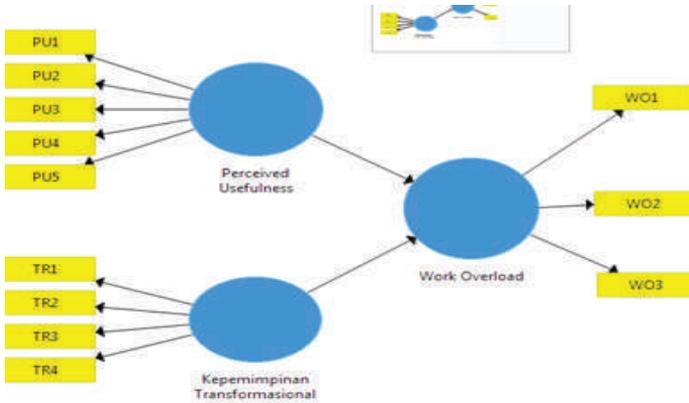
**Gambar 12.4 Data Siap di Aplikasi**

Klik icon Laten Variabel dan buat 3 konstruk laten pada *drawing area* lalu hubungkan dengan tombol *connection* seperti tampak di bawah ini:



**Gambar 12.5 Model Penelitian**

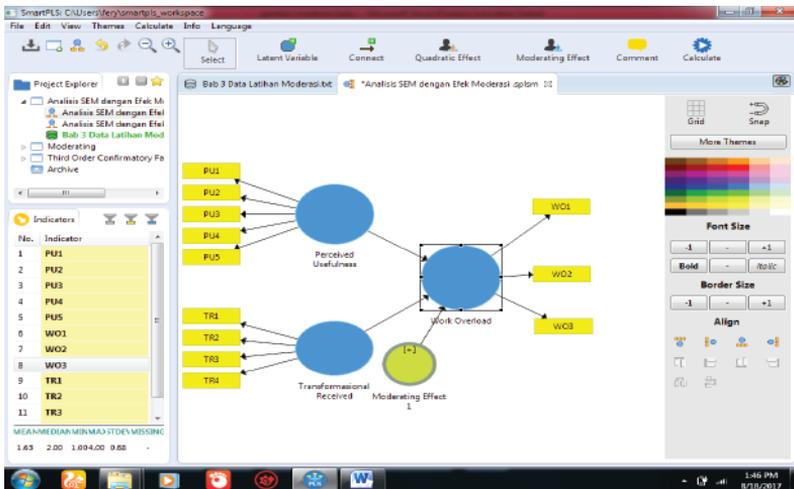
*Drag* indikator masing-masing konstruk berbentuk refleksif sehingga tampak sebagai berikut:



**Gambar 12.6** Gambar Setelah Memasukan Indikator

Buat variabel antara *Perceived Usefulness* dan *Work Overload* dengan *Transformasional Received* sebagai variabel moderator dengan cara memilih variabel *Work Overload* lalu klik kanan mouse dan *create interaction effect*. Pada **moderator variable**, pilih *Transformasional Received* dan pada **predictor variable** pilih *Perceived Usefulness* lalu klik **finish** seperti tampak pada dibawah ini:

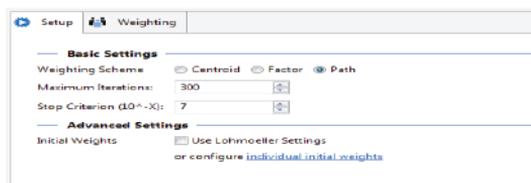
Sehingga akan muncul variabel interaksi pada *path diagram* ini



**Gambar 7.8** Model Penelitian Moderasi

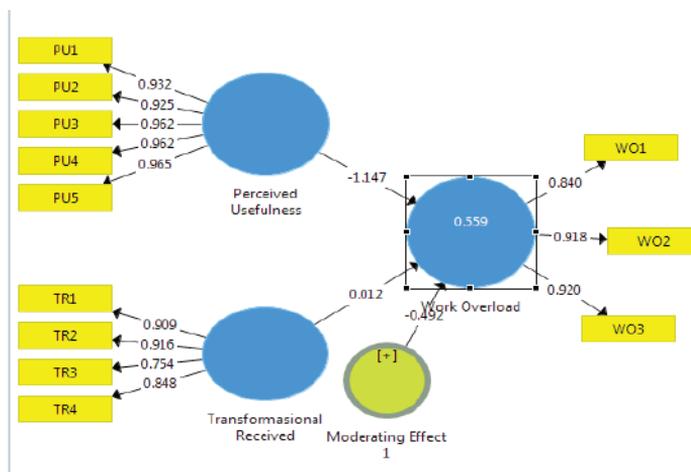
**Gambar 12.7** PLS Algorithm

Model siap diestimasi dengan cara membuka menu utama **Calculate** kemudian pilih **PLS Algorithm** dan isikan seperti tampilan di bawah ini



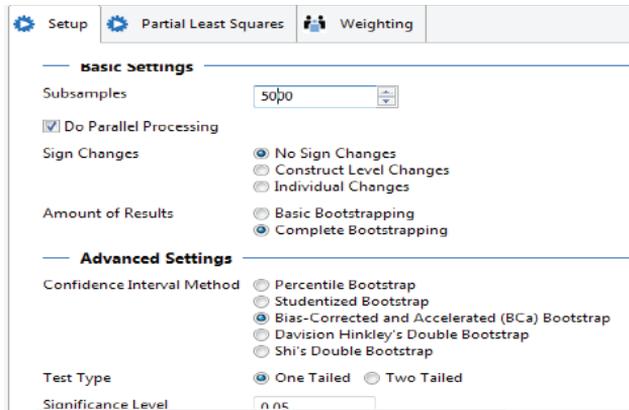
**Gambar 12.8 PLS Algorithm**

Langkah berikutnya adalah klik **Start Calculation** sehingga akan muncul output dalam bentuk *path diagram* pada *drawing area* seperti ini:



**Gambar 12.9 Output PLS Algorithm**

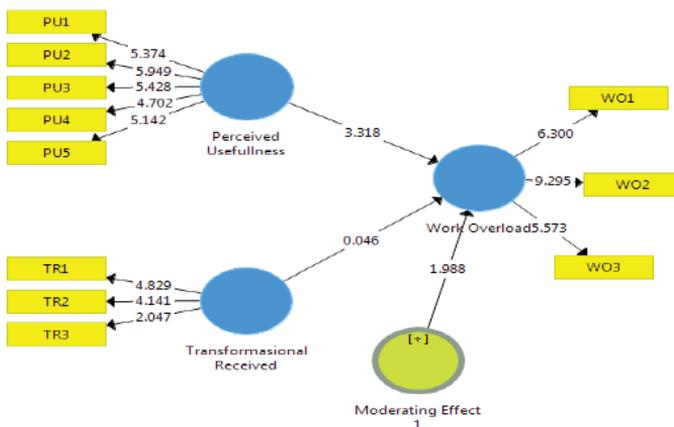
Evaluasi model pengukuran atau *outer model* untuk kasus ini sudah dilakukan pada bab sebelumnya (lihat bab F) dan semua indikator dinyatakan valid dan reliabel. Sekarang kita akan menguji signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Buka menu utama **Calculate** kemudian pilih **Bootstrapping** dan isikan seperti tampilan di bawah ini:



**Gambar 12.10 Uji Bootstrapping**

- *Sign Changes* : **No Sign Changes**
- *Subsamples* : **Jumlah resampling yaitu 5000**
- *One Tailed*
- **Singnifikansi level : 0.05**

Beberapa literatur (lihat Henseller et al. 2009, Hair et al, 2011) juga merekomendasikan untuk menggunakan jumlah *resampling* sebesar 5000. Kemudian klik **Start Calculation** sehingga akan muncul hasil dalam bentuk dalam *path diagram* seperti ini:



**Gambar 12.11 Output Uji Hipotesis**

### R Square

	Original Sampl...	Sample Mean (...)
Work Overload	0.535	0.527

Klik menu **Open this report** sehingga akan muncul hasil analisis sebagai berikut:

**Gambar 12.12 Output Uji Hipotesis**

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* untuk variabel *Work Overload* sebesar 0.535 yang berarti bahwa termasuk dalam kategori moderate.

Guna mengetahui *effect size* interaksi diatas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus di bawah ini.

$$f^2 = \frac{R^2 \text{ model with moderator} - R^2 \text{ model without moderator}}{1 - R^2 \text{ model with moderator}}$$

$$f^2 = \frac{0.358 - 0.307}{1 - 0.385}$$

$$f^2 = 0.0794$$

Karena nilai *effect size* 0.0794 < 0.15 maka dapat disimpulkan bahwa model termasuk dalam kategori moderate.

**Path Coefficients**

	Original ...	Sample ...	Standard ...	T Statistics ( O...	P Values
Moderating Effect1 -> Work Overload	-0.501	-0.499	0.252	1.988	0.050
Perceived Usefulness -> Work Overload	-1.121	-0.988	0.338	3.318	0.001
Transformational Received -> Work Overload	0.010	0.040	0.208	0.046	0.963

**Gambar 12.13 Path Coefficient**

Berdasarkan hasil *path coefficient* di atas dapat diketahuibahwa semua variabel ternyata berpengaruh signifikan dengan nilai T-statistics yang di hasilkan untuk semua variabel  $> 1.96$ . Hal ini berarti bahwa semua hipotesis alternatif di terima. Untuk variabel interaksi antara *Moderating Effect 1* dengan *Work Overload* T-statistics  $1.988 > 1.96$  yang berarti bahwa variabel *Transformasional Received* adalah variabel moderator atau dapat memoderasi interaksi antara variabel *perceived usefulness* dan *Work Overload*.

---

# DAFTAR PUSTAKA

---

- Ajzen, I. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991: Vol. 50 No. 2, pp. 179-211.
- Anderson, E. and Weitz, B.A. "Determinants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads." *Marketing Science*, 1989: Vol. 8 No. 4, pp. 310-23.
- Bhattacharjee, A. "Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model." *MIS Quarterly*, 2001a: 25(3), 351-370.
- Blodgett, J. G., Granbois, D. H., & Walters, R. G. "The Effects of Perceived Justice on Complainants Negative Word-of-Mouth Behavior and Repatronage Intentions." *Journal of Retailing*, 1993: 69, 399-427.
- Chiu, M.C., Linb, Y.H., Sun, Y.S., Hsu H.M., "Understanding Customers' Loyalty Intentions Towards Online Shopping: An Integration of Technology Acceptance Model and Fairness Theory." *Behaviour & Information Technology*, 2009: Vol. 28, No. 4, pp 347-360
- Colquitt, J. A., Wesson, M. J., Porter, C. O. L. H., Conlon, D. E., & Ng, K. Y. "Justice at The Millennium: A Meta-Analytic Review of 25 Years of Organizational Justice Research." *Journal of Applied Psychology*, 2001: 86(3), 425-445.
- Cooper, Donald R, dan P. S. Schindler. *Business Research Model*. Newyork: McGraw-Hill/Irwin. 2006.
- Davis, F.D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly*, 1989: 13, 319-340.
- Fang, Y.H., & Chiu, C.-M., dan Wang, Eric T.G. "Understanding Customer Satisfaction and Repurchase Intentions An Integration of IS Success Model, Trust, and Justice." *Internet Research*, 2011: Vol. 21 No. 4.
- Finn, A., Wang, L., & Frank, T. "Attribute Perceptions, Customer Satisfaction and Intention to Recommend E-Services." *Journal of Interactive Marketing*, 2009: 23(3), 209-220.

- Forbes, L., Kelley, S., & Hoffman, D. "Typologies of E-Commerce Retail Failures and Recovery Strategies." *Journal of Services Marketing*, 2005: 19(5), 280– 292.
- Fu, J.-R., Ju, P-H., Hsu, C-W. "Understanding Why Consumers Engage in Electronic Word-of-Mouth Communication: Perspectives From Theory of Planned Behavior and Justice Theory." *Electronic Commerce Research and Applications*, 2015.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. "Trust and TAM in online shopping: An integrated model." *MIS Quarterly*, 2003: Vol No. 27(1), 51–90.
- Giese, J.L. dan Cote, J.A. "Defining Consumer Satisfaction." *Academy of Marketing Science*, 2002 Vol. 2000 No.1
- . "Inexperience and Experience with Online Stores: The importance of TAM and Trust. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 2003: 50(3), 307–321.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. *Multivariate Data Analysis (Seventh ed.)*. New Jersey: Pearson Education Inc, 2010.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E., (2009). *Multivariate data analysis 7th Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Hair Jr. J. F, Hult G. T., Ringle C. M., & Sarstedt M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: SAGE Publication.
- Hartono, Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi 1*. Yogyakarta, Indonesia: ANDI OFFSET, 2007.
- . " *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Edisi 1. Yogyakarta, Indonesia: ANDI OFFSET. 2008
- . " *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 6. Yogyakarta, Indonesia: BPFE UGM. 2013.
- . "& W. Abdillah. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Edisi 1. Yogyakarta, Indonesia: BFFE UGM. 2014.

- Hofstede, Geert., *Culture's Consequences: Comparing, Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*, 2nd ed., Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc. 2001.
- Holloway, B., Wang, S., & Parish, J. "The Role of *Online* Purchasing Experience in Service Recovery Management." *Journal Interactive Marketing*, 2005: Vol No. 19(3), 54–67.
- Ismail, A., Abdullah, A.A., Francis, S.K. "Exploring the relationships among service quality features, perceived value and customer satisfaction". *Journal of Industrial Engineering and Management*, 2009: Vol No. 2(1), pp 230-250.
- Jacoby, J. Jaccard, J. "The Source, Meaning, and Validity of Consumer Complaint Behavior: A Psychological Analysis." *Journal of Retailing*, 1981: Vol 57, pp 4-24.
- Liu, R. R., & McClure, P., "Recognizing cross-cultural differences in consumer complaint behavior and intentions: An empirical examination." *Journal of Consumer Marketing*, 2001: 18(1), 54–75.
- Mardhiyah, Dien; Basu Swastha Dharmmesta, and B.M. Purwanto, "Antecedents to Online Negative Word-of-Mouth Communication Intention" *Gadjah Mada International Journal of Business*, 2013: Vol. 15, No. 2, p.113-132.
- Martinez-Tur, V., Peiro, J. M., Ramos, J., & Moliner, C. "Justice Perceptions as Predictors of Customer Satisfaction: The Impact of Distributive, Procedural, and Interactional Justice." *Journal of Applied Social Psychology*, 2006: 36(1), 100–119.
- Maxham, J. G., III, & Netemeyer, R. G. "Modeling Customer Perceptions of Complaint Handling Over Time: The Effects of Perceived Justice on Satisfaction and Intent." *Journal of Retailing*, 2002: 78(4), 239–252.
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. "Trust Means in E-commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology." *International Journal of Electronic Commerce*, 2002: 6(2), 35–72.

- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing." *The Journal of Marketing*, 1994: Vol No. 58(3), pp 20–38.
- Mustikarini, Arizona, Rijadh Djatu Winardi, and Maria Azalea, (2017), "Why Do Accounting Students at Higher Learning Institutions Conduct an Academic Dishonesty?," *SHS Web of Conferences*, 34: 1-6.
- Okeke, T.C., Ezeh, G.A., Ugochukwu, N.O.A. "Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction with Online Services of Nigerian Banks." *Journal of Internet Banking and Commerce*, 2015: Vol No. 20 (3), pp 1-9.
- Oliver, R. L. "A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions." *Journal of Marketing Research*, 1980: Vol No. 17(4), pp 460–469.
- Rotter, J. "A New Scale For the Measurement of Interpersonal Trust." *Journal of Personality and Social Psychology*, 1967: Vol 35, No.4, pp 651-665.
- Thøgersen, J. Juhl, H.J., Poulsen, C.S. "Complaining: A Function of Attitude, Personality, and Situation." *Psychology and Marketing*, 2009: Vol No. 26 pp 760–777.
- Sekaran, U. (2003) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 4th Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Sholihin, Mahfud dan Ratmono, Dwi. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WrapPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinear dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Stephens, Nancy and Kevin P. Gwinner, "Why Don't Some People Complain? A Cognitive-Emotive Process Model of Consumer Complaint Behavior," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1998: Vol. 26, No. 3, pp. 172-189.
- Suryani, Woro D., and M. S. Sumiyana. 2014. "Task-Technology Fit and Person-Job-Fit: A Beauty Contest to Improve the Success of Information Systems." *Journal of Indonesian Economy and Business: JIEB* 29 (2): 99–117, 196–197.

- Voorhees, C. M., & Brady, M. K. "A service perspective on the drivers of complaint intentions." *Journal of Service Research*, 2005: 8(2), 192–204
- Wu, I.L. "The Antecedents of Customer Satisfaction and Its Link to Complaint Intentions in *Online Shopping: An Integration of Justice, Technology, and Trust.*" *International Journal of Information Management*, 2013: Vol No. 33, pp 166-176.

---

# LAMPIRAN

---

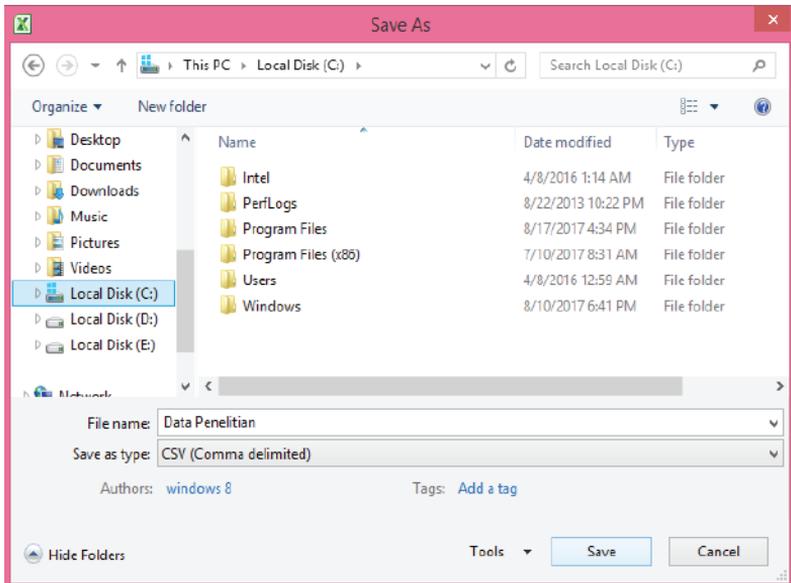
## LAMPIRAN A

### **Cara Membuat Tabulasi Data di Microsoft Excel**

Walaupun secara pengujian sama dengan *software* lain, tetapi dalam proses input data *software* SmartPLS memiliki ketentuan yang berbeda. Gambar di bawah ini merupakan acuan untuk pembuatan tabulasi data yang akan digunakan dalam program SmartPLS 3.2.8. Untuk memulai melakukan pengujian data sebaiknya data di masukkan kedalam *microsoft excel* terlebih dahulu dengan format seperti gambar di bawah ini.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Responden	DJ1	DJ2	DJ3	DJ4	PJ1	PJ2	PJ3
2	1	5	6	6	5	5	6	6
3	2	5	6	4	3	6	6	5
4	3	6	4	6	5	6	5	5
5	4	3	5	3	5	5	4	3
6	5	6	5	4	4	5	5	5
7	6	3	3	2	4	6	6	6
8	7	5	5	6	5	5	5	6
9	8	3	5	3	5	5	5	5
10	9	3	6	3	5	6	6	5
11	10	4	4	3	3	5	5	4
12	11	6	3	6	5	5	5	6
13	12	5	5	5	4	5	5	5
14	13	5	4	5	5	4	4	3
15	14	4	6	6	5	5	5	6
16	15	5	6	4	5	7	3	6
17	16	6	6	6	5	6	6	6
18	17	6	6	6	4	4	6	6
19	18	5	4	5	6	4	3	5

Untuk kolom A1 diisi dengan identitas nomor responden, kemudian untuk kolom berikutnya diisi menurut indikator-indikator yang sudah ditentukan. Kemudian setelah selesai melakukan penginputan, proses berikutnya adalah melakukan save as dengan format *CSV (Comma Delimited)*.



Setelah selesai melakukan penyimpanan, data sudah siap digunakan untuk pengujian menggunakan *software* SmartPLS 3.2.8

## LAMPIRAN B

### **ANALISIS SISTEM INFORMASI DEBITUR DENGAN TECHNOLOGICAL ACCEPTANCE MODEL DAN TASK- TECHNOLOGY FIT**

Frank Aligarh<sup>1)\*</sup>, Wijianto<sup>2)</sup>

#### **Abstract:**

*This study aims to examine the effect of Task Technology Fit (TTF) on Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness and the effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Intention to Use. This study uses a survey method that is conducted on 165 respondents and uses Structural Equation Model (SEM) as a statistical test tool. The results show that all hypotheses are supported. Furthermore, this study also contributes practically that the debtor information system is in accordance with the needs and provides benefits to employees. This research also has a theoretical contribution in strengthening the integration of models between TAM and TTF.*

*Keyword: Task Technology Fit, Technological Acceptance Model*

#### **Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Task Technology Fit* (TTF) terhadap *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* serta pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*. Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan kepada 165 responden dan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) sebagai alat uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis terdukung. Lebih lanjut, penelitian ini juga memberikan kontribusi secara praktis bahwa bahwa sistem informasi debitur telah sesuai dengan kebutuhan dan memberikan kebermanfaatan kepada karyawan. Penelitian ini juga memiliki kontribusi secara teoritis dalam memperkuat integrasi model antara TAM dan TTF.

Keyword: Task Technology Fit, Technological Acceptance Model

## **PENDAHULUAN**

Penggunaan teknologi yang mutakhir menjadi kunci keberlangsungan perusahaan dewasa ini. Investasi besar

teknologi diharapkan dapat semakin membuat kinerja perusahaan semakin efektif dan efisien. Walaupun demikian, seringkali terjadi ketidaktepatan dalam menginvestasikan dana untuk teknologi. Akibatnya, modal yang dikeluarkan secara besar menjadi kurang bermanfaat. Padahal, investasi dilakukan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan tetapi ketidaktepatan justru akan membuat perusahaan merugi.

Penggunaan teknologi dewasa ini tidak hanya sekedar untuk menjadikan proses operasional menjadi efisien akan tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing perusahaan terhadap kompetitor dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Beberapa studi telah dilakukan yang menyebutkan bahwa penggunaan teknologi yang baik akan memberikan nilai tambah bagi semua stakeholder (Lam et al., 2007; Kuo dan Lee, 2011).

Teknologi informasi akan memberikan perbaikan atas kinerja organisasi maupun kinerja individual. Hal ini dibuktikan dengan berbagai macam perusahaan besar yang menggunakan teknologi *Enterprise Resources Planning (ERP)* dikarenakan memiliki efektifitas yang sangat baik dalam pengelolaan operasional perusahaan.

Persaingan dan tantangan yang semakin kompleks dalam industri keuangan membuat Bank Indonesia harus melakukan pembaharuan dalam tata kelola perbankan di Indonesia. Hal ini harus dilakukan mengingat fenomena uang digital seperti e-money, t-cash, yang telah berkembang cepat sebagai alat tukar yang sangat efisien.

Disisi lain, bertambahnya permintaan nasabah menuntut industri perbankan untuk semakin konsisten dalam memberikan layanan yang berguna bagi perusahaan. Seorang karyawan akan sangat mudah untuk melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan permintaan nasabah. Lebih lanjut, Kuo dan Lee (2011) menyatakan bahwa persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pengguna terhadap kegunaan teknologi informasi.

Sistem Informasi Debitur (SID) adalah sebuah sistem yang menyediakan layanan informasi debitur dari hasil pengolahan laporan debitur yang diterima oleh Bank Indonesia. SID akan memberikan kelancaran dalam proses penyediaan dana, penerapan manajemen risiko, dan identifikasi kualitas debitur untuk pemenuhan ketentuan yang berlaku, serta meningkatkan disiplin pasar.

Walaupun demikian, sebuah sistem baru bisa dikatakan berhasil apabila sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan mampu diaplikasikan dengan baik oleh pengguna sistem (Goodhue dan Thompson, 1995). Sebuah sistem akan memberikan dampak pada kinerja individual apabila sesuai dengan tugas yang akan dilakukan atau dibutuhkan. Artinya, bahwa teknologi yang bermanfaat tentunya akan memberikan nilai tambah dalam menyelesaikan pekerjaan karyawan.

Penelitian ini menggunakan kerangka teori TAM dari Davis (1989), TAM akan memberikan gambaran yang jelas mengenai persepsi apakah sebuah teknologi memiliki kemudahan penggunaan dan kebermanfaatannya. Lebih lanjut, dalam konteks penggunaan SID, TAM akan memberikan kesimpulan yang baik terkait dengan apakah SID telah memberikan nilai tambah bagi para penggunanya. Selain menggunakan kerangka Teori TAM, penelitian ini akan mengintegrasikan dengan variabel *Task technology fit*. Variabel tersebut digunakan karena penelitian yang dilakukan oleh Dishaw and Strong (1999) menyimpulkan sebuah hasil, bahwa TTF akan membuat model penelitian menjadi lebih baik.

Berangkat dari permasalahan tersebut peneliti ingin mencoba memperluas dan mengembangkan penelitian sebelumnya terkait dengan Model TAM dalam konteks yang berbeda yaitu sistem informasi debitur di perbankan. Penelitian ini akan menjawab apakah sistem informasi debitur sudah memberikan manfaat untuk karyawan dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaan selama ini.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Behavioral Intention***

Perilaku karyawan merupakan refleksi perusahaan dalam menentukan berhasil tidaknya sebuah investasi di bidang teknologi dalam keberlangsungan kerja karyawan. Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa *Behavioral Intention* dapat menjelaskan penggunaan teknologi informasi pada sebuah perusahaan (Davis, 1989; Agarwal dan Prasad, 1997) dan *Behavioral Intention* biasanya akan berdampak pada perilaku yang aktual dari karyawan tersebut. *Behavioral Intention* dikembangkan dari teori tindakan beralasan Fishbein dan Ajzen (1975) yang menyebutkan bahwa jika teknologi memberikan kebermanfaatannya maka individu akan menggunakan teknologi tersebut. Teori tindakan beralasan ini menjelaskan

bagaimana seseorang dalam proses pengambilan keputusan melalui beberapa tahapan sehingga dapat memiliki niatan untuk menggunakan sistem informasi yang telah disediakan.

### ***Task technology fit***

Goodhue dan Thompson (1995) menjelaskan bahwa hubungan antara karakteristik tugas, kemampuan karyawan, dan penggunaan teknologi informasi menjadi kunci sebuah informasi dikatakan berhasil. Karakteristik tugas yang jelas dan kemampuan karyawan dalam menggunakan teknologi informasi, serta teknologi informasi yang sesuai dengan kebutuhan tugas karyawan akan memberikan kesuksesan dalam investasi di bidang teknologi informasi.

### ***Techonological Acceptance Model***

TAM merupakan sebuah model yang sudah sangat fit untuk menjelaskan penggunaan teknologi informasi. Dalam penelitian akan menggunakan dua variabel kunci yaitu *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*. *Perceived Ease of Use* menggambarkan bahwa semakin teknologi fit akan memberikan perspektif kemudahan dalam penggunaan sistem informasi debitur sedangkan *Perceived Usefulness* akan memberikan kebermanfaatan apabila teknologi sesuai dengan yang diharapkan dan dibutuhkan. Hartono (2007) menjelaskan bahwa TAM merupakan model yang menjelaskan sikap seorang individu dalam kaitannya dengan penggunaan teknologi informasi, selain itu model ini dapat mengukur berupa sejauh mana kemudahan dan kegunaan sistem tersebut dapat memenuhi kebutuhan pemakai yang dapat menimbulkan sikap dan minat individu untuk berperilaku.

### **Hipotesis**

Goodhue dan Thompson (1995) menjelaskan bahwa TTF adalah kemampuan teknologi dalam menghasilkan fitur dan dukungan yang tepat dengan tugas yang dibutuhkan. Banyak studi menyebutkan bahwa *Task technology fit* berhubungan positif dengan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* (Dishaw dan Strong 1999, Klopping dan Mckinney 2004, Lu et al. 2007, Chang 2008). Hal ini menjelaskan bahwa apabila teknologi yang ada itu tepat maka akan memberikan persepsi yang bermanfaat dan kegunaan yang tinggi. Hal ini sekaligus akan memberikan kemudahan-kemudahan dalam

mengerjakan tugas yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu maka hipotesis yang diusulkan adalah:

H1: *Task technology fit* berpengaruh Positif Terhadap *Perceived Ease of Use*

H2: *Task technology fit* berpengaruh Positif Terhadap *Perceived Usefulness*

*Technological Acceptance Model* merupakan sebuah model yang tingkat konsistensinya tinggi dalam menjelaskan perilaku aktual dan niatan untuk menggunakan (Venkatesh dan Bala, 2008). Hal ini juga didukung dengan beberapa penelitian yang mendukung argumen tersebut (Hernandez et al.2008, Lin 2008, Wu 2013). Seseorang yang telah merasa bahwa teknologi yang digunakan itu memiliki kemudahan dalam penggunaan maka individu tersebut akan cenderung akan memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Sedangkan individu yang merasa bahwa penggunaan sebuah sistem memiliki kebermanfaatan yang tinggi maka individu tersebut akan berniat untuk menggunakannya lagi. Maka hipotesis yang akan diusulkan adalah:

H3: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*

H4: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H5: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

## **METODA PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian adalah penelitian pengujian hipotesis (*hyphothesis testing*) yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau menentukan perbedaan antarkelompok atau independensi dua atau lebih faktor dalam suatu situasi (Sekaran, 2006). Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber data dan belum diolah oleh pihak manapun untuk tujuan penelitian yang spesifik (Cooper dan Schindler, 2006). Sumber data yang digunakan merupakan sumber primer di mana data yang dikumpulkan bersumber dari pihak pertama yang memiliki data yaitu responden. Pengumpulan data dilakukan dengan metoda survei dengan menggunakan kuesioner. Penelitian menggunakan teknik pengumpulan data survei baik secara langsung maupun menggunakan komputer secara *online* melalui internet khususnya *e-mail* dan media sosial Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* (pengambilan sampel bertujuan) yang mana sampel diambil dari

populasi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

### **Populasi dan Sampel**

Penelitian ini menggunakan unit analisis individual yaitu pengguna sistem informasi debitur. Populasi merupakan keseluruhan elemen yang akan diteliti (Cooper dan Schindler, 2006). Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna sistem informasi debitur di eks karesidenan madiun dan Kediri. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan yang melakukan aktivitas menggunakan SID lebih dari satu tahun.. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan responden karywan, karena secara kemampuan kognitif dan pengalaman karyawan mampu menjadi representasi dari masalah utama penelitian dan mengurangi adanya kesalahan pengambilan sampel. Lebih lanjut Hartono (2007) menjelaskan sampel yang baik adalah sampel yang tingkat presisinya tinggi dan tidak bias.

### **Teknik Analisis Data**

Penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk mengembangkan model, penggunaan *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk pengujian hipotesis ini lebih diutamakan *Analisis Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program SmartPLS versi 3.00 digunakan untuk menguji hipotesis. Alat analisis statistika ini dipilih karena mempunyai beberapa kelebihan (Hair *et al.* 2013; Kock, 2010, 2011). Pertama, SEM-PLS dalam penelitian ini yang menggunakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (variabel laten) dan telah memperhitungkan *measurement error*. SEM dicirikan dengan dua komponen utama, yaitu model pengukuran dan model struktural. Kedua, analisis SEM dapat menguji secara simultan multiple dependen seperti dalam model penelitian ini. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan uji reliabilitas sedangkan model struktural digunakan untuk pengujian hipotesis dengan model prediksi (Uji kausalitas) (Hartono dan Abdillah, 2014).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Responden**

Dalam penyebaran kuesioner kepada pengguna sistem informasi debitur didapatkan hasil kuesioner sebanyak 166

responden dari 176 kuesioner yang telah disebar. Kuesioner tersebut didapatkan dari pengguna sistem informasi debitur di wilayah eks karesidenan madiun.

### Model Pengukuran

Dalam penelitian ini ada dua uji yang dilakukan, pertama adalah pengujian terhadap model pengukuran dan kedua adalah model structural. Model pengukuran terdiri dari uji validitas dan reliabilitas.

**Tabel. 1 Uji Validitas Konvergen**

	<b>Intention To Use</b>	<b>Perceived Ease of Use</b>	<b>Perceived Usefulness</b>	<b>Task technology fit</b>
<b>ITU1</b>	<b>0,926</b>	0,447	0,442	0,483
<b>ITU2</b>	<b>0,948</b>	0,510	0,523	0,529
<b>PK1</b>	0,299	0,289	<b>0,636</b>	0,373
<b>PK2</b>	0,458	0,409	<b>0,819</b>	0,567
<b>PK3</b>	0,375	0,311	<b>0,792</b>	0,499
<b>PK4</b>	0,446	0,386	<b>0,866</b>	0,554
<b>PK5</b>	0,383	0,530	<b>0,689</b>	0,398
<b>PK6</b>	0,356	0,442	<b>0,696</b>	0,510
<b>PKM1</b>	0,374	<b>0,852</b>	0,430	0,449
<b>PKM2</b>	0,440	<b>0,879</b>	0,474	0,504
<b>PKM3</b>	0,529	<b>0,893</b>	0,475	0,470
<b>TTF1</b>	0,532	0,422	0,591	<b>0,852</b>
<b>TTF2</b>	0,389	0,551	0,492	<b>0,846</b>
<b>TTF3</b>	0,482	0,433	0,597	<b>0,892</b>

Dalam tabel 1. Nilai loading factor akan dianggap valid jika masing-masing indikator nilai outer loading > 0,7, akan tetapi dalam penelitian yang sifatnya untuk pengembangan penelitian nilai outer loading > 0,5 dianggap signifikan secara praktis,

Dalam tabel 2 menjelaskan mengenai nilai *Average Variance Extracted* (AVE), AVE dapat dikatakan valid jika AVE > 0,5. Dalam penelitian di bawah ini semua nilai AVE dari masing masing konstruk telah memenuhi. Kemudian untuk uji reliabilitas dapat dilihat dari tabel 2 indikatornya adalah *Cronbach's Alpha*. Dalam penelitian ini untuk pengujian reliabilitas semua konstruk sudah memenuhi,

artinya dikatakan reliabel. Selain itu peneliti juga menggunakan composite reliability sebagai tolok ukur reliabilitas. Pengujian *Composite Reliability* dikatakan reliabel jika nilai pengukuran variabel diatas 0,7, hasil menunjukkan bahwa semua konstruk sudah memenuhi syarat pada tabel 2.

**Tabel 2 Uji Reliabilitas**

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>Intention To Use</b>	0,861	0,879	0,935	0,877
<b>Perceived Ease of Use</b>	0,846	0,849	0,907	0,765
<b>Perceived Usefulness</b>	0,845	0,856	0,886	0,568
<b>Task technology fit</b>	0,829	0,830	0,898	0,746

Validitas diskriminan pada tabel 3 akan dikatakan memenuhi syarat jika tabel loading dengan masing-masing indikator suatu konstruk mempunyai nilai yang berbeda dengan indikator pada konstruk lain. apabila nilai akar AVE (yang membentuk diagonal dan bercetak tebal) lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai validitas diskriminan yang tinggi.

**Tabel 3. Uji Validitas Diskriminan**

	<b>Intention To Use</b>	<b>Perceived Ease of Use</b>	<b>Perceived Usefulness</b>	<b>Task technology fit</b>
<b>Intention To Use</b>	<b>0,937</b>			
<b>Perceived Ease of Use</b>	0,513	<b>0,875</b>		
<b>Perceived Usefulness</b>	0,518	0,526	<b>0,754</b>	
<b>Task technology fit</b>	0,542	0,543	0,649	<b>0,864</b>

## Model Struktural

Tabel 4 dibawah ini akan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengujian hipotesis yang sudah dilakukan.

**Tabel 4. Pengujian Hipotesis**

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
<b>TTF -&gt; PEOU</b>	0,543	0,543	0,061	8,963	0,000
<b>TTF -&gt; PU</b>	0,514	0,515	0,073	6,999	0,000
<b>PEOU-&gt; PU</b>	0,247	0,246	0,079	3,142	0,002
<b>PU -&gt; ITU</b>	0,341	0,344	0,075	4,559	0,000
<b>PEOU-&gt; ITU</b>	0,336	0,333	0,077	4,374	0,000

Hasil pengujian Hipotesis 1 *Task technology fit* terhadap *Perceived Ease of Use* menunjukkan nilai T= 8,963, angka tersebut menggambarkan bahwa *Task technology fit* berpengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use*. Hasil pengujian H2 menunjukkan nilai T= 6.999, angka tersebut menunjukkan bahwa *Task Technology Fit* berhubungan positif dengan *Perceived Usefulness*. Selanjutnya, untuk H3 pada menunjukkan nilai T= 3,142 hasil ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*. Hasil pengujian H4 dan H5 menunjukkan nilai T= 4,374 dan T= 4,559 hasil ini memberikan informasi bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to use*.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini akan memberikan gambaran bahwa sistem informasi debitur telah berhasil memberikan efek kebermanfaatan kepada para pengguna atau karyawan bank. Hal ini dapat dijelaskan dalam hasil penelitian dimana semua hipotesis menunjukkan hasil positif dan signifikan. Kebermanfaatan dapat diterima karena karyawan beranggapan bahwa sistem informasi debitur telah sesuai dengan kebutuhan. Penelitian ini juga memiliki sumbangsih dalam memperkuat integrasi model antara TAM dan TTF. Penelitian ini memeiliki keterbatasan karena hanya menginvestigasi pada aspek teknologi saja akan tetapi pada aspek-aspek perilaku setiap pengguna

belum diinvestigasi secara mendalam. Penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan mempertimbangkan seperti aspek *self-efficacy*, *computer anxiety* ataupun *technostress*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy., dan Jogyanto. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equational Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Edisi 1. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Adams, Dennis A., Nelson, R. Ryan., dan Todd, Peter A. (1992). "Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication". Journal. Management Information Systems Research Center. 227-247.
- Ali, Bejjar Mohamed., dan Younes, Boujelbene. (2013). "The Impact of Information Systems on user Performance: An Exploratory Study". Journal. Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology
- Ajzen, I. (1991) "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50 No. 2, pp. 179-211.
- Conner, Mark., dan Armitage, Christopher J. (1998). "Extending the Theory of Planner Behavior :A Review and Avenues for Further Research". Journal. Journal of Applied Social Psychology. Vol. 28, No. 15. Hlm. 1429-1464.
- Davis, Fred D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance of Information Technology". Journal. Management Information Systems Research Center. Hlm. 319-340.
- DeLone, William H., dan McLean, Ephraim R. (1992). "Information System Success: The Quest for the Dependent Variable". Journal. Information System Research. Hlm. 60-95.
- DeLone, William H., dan McLean, Ephraim R. (2014). "The DeLone and McLean Model of Information System Success: A Ten Year Update". Journal. Information System Research. Vol. 19, No. 4. 9-30.
- Gefen, E. Karahanna, dan D. Straub. 2003 Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1): 51-90.
- Giese, dan J.A. Cote. 2003. Inexperience and Experience with Online Stores: The importance of TAM and Trust. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 50(3): 307-321.

- Hair, J. F., W.C. Black, B. J Babin, R. E. Anderson, dan R. L. Tatham. 2010. *Multivariate Data Analysis* (Seventh ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hartono, Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi 1. Yogyakarta, Indonesia: ANDI OFFSET.
- Hirschman, A., *Exit, Voice and Loyalty*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1970.
- Hofstede, Geert. 2001. *Culture's Consequences: Comparing, Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*, 2nd ed., Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Ismail, A., Abdullah, A.A., Francis. 2009. Exploring the relationships among service quality features, perceived value and customer satisfaction". *Journal of Industrial Engineering and Management*, 2(1), 230-250.
- Jogiyanto. (2007). *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Penerbit Andi Kartika, Nilam Dwi., Anton., dan Adnanti, Wenny Ana. (2016). "Analisis Kualitas Sistem Informasi, Perceived Usefulness dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan End User *Software* Akuntansi". *Simposium Nasional Akuntansi XIX Lampung 2016*.
- Kim, Sung., dan McHaney, Roger. (2000). "Validation of the End-User Computing Satisfaction Instrument in Case Tool Environments". ISSN: 0887-4417. *Journal of Computer Information System*. Adelaide University.. Hlm. 49-55.
- Jacoby, J. J. Jaccard. 1981. The Source, Meaning, and Validity of Consumer Complaint Behavior: A Psychological Analysis. *Journal of Retailing*, 57: 4-24.
- Lee, J., D.H. Park. dan Han, I.2011. The Different Effects of Online Consumer Reviews on Consumers Purchase Intentions Depending on Trust in Online Shopping Malls: an Advertising Perspective." *Internet Research*, 21 (2): 187-206.
- Liu, R. R., dan P. McClure. 2001. "Recognizing cross-cultural differences in consumer complaint behavior and intentions: An empirical examination." *Journal of Consumer Marketing*, 2001: 18(1), 54-75.
- Olsen, M.D. Johnson. 2003. *Service Equity, Satisfaction, and Loyalty*:

- From Transaction Specific to Cumulative Evaluations. *Journal of Service Research*, 5 (3):184–195.
- Pavlou, P.A., H. Liang, dan Y. Xue. 2007. Understanding and Mitigating Uncertainty in Online Exchange Relationships: A Principal-Agent Perspective.” *MIS Quarterly*, 31 (1) 105-36.
- Sekaran, U., *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat. 2006.
- Sindhav, J.A. R. Holland, P.T. Rodie, P.T. Adidam, L.G. Pol. 2006. The Impact of Perceived Fairness on Satisfaction: are Airport Security Measures Fair? Does it Matter. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14 (4): 323–335. 53 *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 02, No. 02 (2017): 39-53
- Thong, Y. L., S.J. Hong, dan K.Y. Tam. 2006. The Effects of Post-Adoption Beliefs on The Expectation–Confirmation Model for Information Technology Continuance. *International Journal of Human–Computer Studies*, 64: 799–810.
- Turel, O., Y. Yuan, dan C.E. Connelly. 2008. In Justice We Trust: Predicting User Acceptance of E-Customer Services. *Journal of Management Information Systems*, 24(4): 123–151.
- Van der Heijden, H. 2003. Factors Influencing the Usage of Websites: The Case of A Generic Portal in The Netherlands. *Information dan Management*, 20(6): 541–549.
- Voorhees, C. M., dan M.K. Brady. 2005. A service perspective on the drivers of complaint intentions. *Journal of Service Research*, 8(2): 192–204
- Wu, I.L. 2013. The Antecedents of Customer Satisfaction and Its Link to Complaint Intentions in Online Shopping: An Integration of Justice, Technology, and Trust. *International Journal of Information Management*, 33, 166–176.
- Kuo, Z, R, & Lee, G, G, "Knowledge management system adoption: exporing the effects of empowering leaderships" *Behaviour & Information Technology*, 2011: Vol 30, pp 113-129.
- Lam, T., Cho, V, & Qu, H, "A study of hotel employee behavioral intentions toward adoption of information technology" *International Journal of Hospitality Management*, 2007: Vol 26, pp 49-65.

## LAMPIRAN C

### **Anteseden Kepuasan Pelanggan dan Konsekuensinya Terhadap Niat Melakukan Keluhan di Situs Belanja *Online***

**Frank Aligarh, M.Sc**

#### **1. Pendahuluan**

Internet telah menjadi *platform* bisnis yang penting untuk perdagangan baik dalam kuantitas besar maupun kecil. Dengan adanya internet, seseorang tidak lagi dibatasi dengan waktu dan tempat untuk berjualan dan berbelanja, karena dengan adanya internet seolah-olah menjadi toko yang buka selama 24 jam. Perkembangan internet khususnya *e-commerce* telah memberikan banyak kemudahan pada pelanggan yang ingin melakukan pembelian secara *online*. Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce* disertai dengan meningkatnya pelaku *e-commerce* melatarbelakangi munculnya perusahaan belanja *online* untuk memasarkan produknya secara *online*.

Perkembangan pesat aktivitas belanja *online* ternyata diikuti dengan peningkatan keluhan yang dilakukan pelanggan terhadap perusahaan *online* (Forbes, Kelley, & Hoffman 2005; Wu, 2013). Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mengeluarkan data yang menunjukkan bahwa 7,4% keluhan yang diterima disebabkan karena transaksi belanja *online*. Hal ini menyebabkan belanja *online* menduduki posisi 4 setelah perbankan, perumahan dan telekomunikasi.

Perilaku keluhan merupakan isu penting dan kritik terhadap perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, penjagaan pelanggan dan profitabilitas perusahaan (Holloway, Wang, & Parish, 2005). Penelitian mengenai perilaku konsumen *online* kebanyakan berfokus terhadap niatan perilaku adopsi, perilaku berkelanjutan dan perilaku pembelian kembali (Ayanso, Herath, & O'Brien, 2015; Zhao, Lu, Zhang, & Chau, 2012; Fang *et al.*, 2011). Faktor utama individu untuk memiliki niatan melanjutkan penggunaan atau melakukan pembelian ulang adalah kepuasan yang dirasakan (Zhao, Lu, Zhang, & Chau, 2012). Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa telah mendapatkan nilai yang diharapkan dari perusahaan yang memberikan nilai tambah tersebut.

Penelitian ini berfokus pada niatan untuk melakukan keluhan, karena fenomena mengenai perilaku keluhan di situs perbelanjaan *online* masih sedikit yang membahas. Kebanyakan penelitian mengenai perilaku keluhan dibahas dalam konteks bisnis secara *offline*. Beberapa literatur mengenai perilaku keluhan dan perilaku pembelian kembali dalam konteks belanja *online* telah ada dua pendekatan utama yaitu pertukaran sosial dan penggunaan teknologi. Penelitian yang berfokus pada pertukaran sosial telah dilakukan misalnya dengan menggunakan persepsi keadilan (Turel *et al.*, 2008; Fang *et al.*, 2011). Pendekatan yang berfokus terhadap penggunaan teknologi juga sudah digunakan seperti penelitian TAM (Cheng *et al.*, 2012; Wallace & Sheetz, 2014). Penelitian lebih komprehensif dilakukan oleh Wu (2013) yang menambahkan kepercayaan, sebagai pendekatan tambahan bersama pendekatan pertukaran sosial dan penggunaan teknologi. Hasil penelitian Wu (2013) memberikan gambaran yang menarik, hal ini karena responden yang digunakan dari negara China yang menurut Hofstede (2001) merupakan negara yang cenderung memiliki nilai kolektivis tinggi, ternyata memiliki niat untuk melakukan keluhan. Hasil ini berbeda dengan penelitian Liu dan Mclure (2001) yang menyatakan bahwa orang yang kolektivis cenderung untuk tidak melakukan keluhan secara langsung kepada perusahaan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian ini mencoba untuk mengusulkan pengembangan model penelitian dengan tetap berfokus pada perilaku keluhan dengan mengintegrasikan keadilan, kepercayaan dan ketanggapan persepsian dalam model ekspektasi konfirmasi. Penelitian ini akan dilakukan di Indonesia juga untuk menjelaskan kembali inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, karena kecenderungannya negara yang memiliki nilai kolektivis seperti Indonesia adalah tidak memiliki niat untuk melakukan keluhan ketika mengalami ketidakpuasan (Liu dan Mclure, 2001; Hofstede, 2001).

Penelitian ini menggunakan keadilan persepsian dalam pendekatan pertukaran sosial yang digunakan sebagai prediktor kunci kepuasan pelanggan. Keadilan adalah dasar fundamental untuk memelihara hubungan penjual dan pembeli dalam pertukaran sosial (Lind *et al.*, 1993). Teori keadilan mencoba menjelaskan jika individu mengalami ketidakadilan maka akan mengakibatkan ketidakpuasan (Fu *et al.*, 2015). Faktor keadilan pada awalnya hanya

menggunakan keadilan distributif dalam menjelaskan adil tidaknya individu dalam menerima perlakuan. Perkembangan penelitian menyebabkan keadilan prosedural dan keadilan interaksional juga digunakan karena mempengaruhi proses individu dalam menerima perlakuan adil.

Sementara untuk pendekatan teknologi penelitian ini menggunakan model ekspektasi konfirmasi (Bhattacharje, 2001), model ini merupakan model yang baik dalam menjelaskan perilaku keluhan karena teori ekspektasi konfirmasi sebagian besar digunakan untuk literatur tentang kepuasan konsumen, perilaku pasca pembelian (misalnya pembelian kembali, perilaku keluhan) dan layanan pemasaran.

Kepercayaan digunakan karena merupakan kunci penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan mempertahankan kontinuitas dalam hubungan pembeli dan penjual (Anderson & Weitz, 1989) selain itu banyak penelitian menyebutkan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam hubungan di mana ada ketidakpastian, dan asimetri informasi (Pavlou *et al.*, 2007), seperti halnya dalam belanja *online* (misalnya Lee *et al.*, 2011).

Ketanggapan persepsian merupakan konstruk yang mampu menjadi prediktor kepuasan pelanggan karena dengan individu memiliki rasa bahwa perusahaan belanja *online* akan mampu melayani dengan baik pelanggan maka akan menimbulkan kepuasan pelanggan (Juwaheer & Ross, 2003).

Penelitian ini mengusulkan pengintegrasian model keadilan, eskpektasi konfirmasi, kepercayaan dan ketanggapan persepsian untuk meningkatkan pemahaman tentang faktor pendorong kepuasan pelanggan yang dihubungkan dengan niatan untuk melakukan keluhan di Situs Perbelanjaan *Online*. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena (1) kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mereduksi terhadap niatan untuk melakukan keluhan, (2) Memperluas model ekspektasi konfirmasi yang diintegrasikan bersama dengan keadilan, kepercayaan dan ketanggapan persepsian untuk menjadi model teritis yang mampu menjelaskan kepuasan pelanggan dan niatan untuk melakukan keluhan serta mampu menjawab inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya.

## **2. Kajian Literatur dan Pengembangan Hipotesis**

### **2.1 Niat Untuk Melakukan Keluhan**

Perilaku pelanggan merupakan refleksi perusahaan dalam menentukan berhasil tidaknya sebuah produk atau jasa memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Perusahaan yang tidak mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan atas produk yang dijualnya akan mendapat bentuk komunikasi yang buruk dari pelanggan. Perilaku keluhan merupakan bentuk komunikasi negatif pelanggan kepada perusahaan atas ketidakpuasan dalam mengkonsumsi barang atau jasa (Jacoby & Jaccard, 1981).

Teori konfirmasi/diskonfirmasi menjelaskan proses evaluasi pelanggan dimana sebelum melakukan pembelian memiliki ekspektasi kemudian dibandingkan dengan kondisi aktual. Pelanggan yang menganggap bahwa kondisi aktual berbeda dengan ekspektasinya akan mengalami diskonfirmasi yang akan mengakibatkan terjadinya ketidakpuasan. Konsep ketidakpuasan Day (1984) akan memunculkan kecenderungan perilaku keluhan terhadap perusahaan yang menjual produk atau jasa tersebut. Teori loyalitas Hirschman (1970) memberikan rerangka yang menjelaskan bahwa seseorang yang tidak puas dengan barang yang berharga atau penting akan cenderung untuk melakukan keluhan. Teori atribusi juga memberikan penjelasan bahwa alasan mengenai kegagalan sebuah produk akan mempengaruhi cara pelanggan untuk merespon hal tersebut. Teori atribusi juga memberikan gambaran yang berguna bagi perusahaan dalam memperbaiki kegagalan pembelian misalnya dengan penukaran barang, penggantian uang dan permintaan maaf. Teori berikutnya yang digunakan dalam pengembangan niat untuk melakukan keluhan adalah teori ekuitas Adams (1965). Teori ini memberikan landasan bahwa ketika pelanggan diberikan keadilan dalam kegiatan transaksi jual beli baik keadilan distributif, prosedural, maupun interaksional akan cenderung mengurangi adanya perilaku keluhan

### **2.2 Kepuasan Pelanggan**

Oliver (1980) berteori bahwa kepuasan secara positif berkaitan dengan niatan masa depan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang ditunjukkan dengan sikap. Proses pembentukan kepuasan akan menentukan niat untuk menilai baik atau buruk

terhadap toko *online* di masa depan (Fu *et al.*, 2015). Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang penting bagi sebuah perusahaan dalam menentukan respon konsumen atas sebuah produk yang dijual. Dalam konteks belanja *online*, kepuasan pelanggan terjadi ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan toko *online*. Brown (2005) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi subyektif dari sebuah pengalaman membeli barang atau jasa. Pelanggan yang merasa puas dengan dengan layanan toko *online* akan memiliki kecenderungan untuk tidak melakukan keluhan dan *negative word of mouth* terhadap toko *online* (Wu, 2013; Fu *et al.*, 2015). Kepuasan telah banyak digunakan dalam sejumlah studi penelitian untuk menguji sikap positif pelanggan terhadap pengalaman menggunakan situs belanja *online* (Fang *et al.*, 2011; Fu *et al.*, 2015).

### **2.3 Keadilan**

Sebelum tahun 1975, studi mengenai keadilan hanya berfokus berkaitan dengan keadilan distributif, keadilan yang diturunkan dari *Equity Theory* (Adams, 1965) yaitu keadilan dimana jika individu memberikan *input* dalam jumlah tertentu *output* yang diterima haruslah adil dan proporsional sesuai dengan *input* yang diberikan. Literatur keadilan mengklasifikasikan ke dalam tiga dimensi yaitu keadilan distributif, keadilan prosedural dan interaksional. Keadilan distributif berkaitan dengan *outcome* karena penekanannya adalah pada distribusi yang diterima, terlepas bagaimana distribusi itu ditentukan (Magner dan Johnson, 1995). Keadilan prosedural didefinisikan sebagai keadilan pada kebijakan dan proses yang berkontribusi pada hasil (Lind dan Tyler, 1988). Keadilan yang dirasakan dari kebijakan, dan prosedur yang digunakan oleh pengambil keputusan dalam memediasi sengketa atau negosiasi (Martinez-Tur *et al.*, 2006; Voorhees & Brady, 2005). Thibaut dan Walker (1975) mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan dapat sangat berpengaruh terhadap penerimaan mengenai hasil suatu keputusan. Keadilan interaksional mengacu pada keadilan yang dirasakan dari perlakuan pribadi individu dalam menerima proses pengambilan keputusan (Martinez-Tur *et al.*, 2006; Son & Kim, 2008). Keadilan interaksional terkait dengan aspek proses komunikasi antara sumber dan penerima seperti perhatian dan kejujuran (Tyler & Bies, 1990).

## **2.4 Model Ekspektasi Konfirmasi**

Bhattacharjee (2001a) mengusulkan model ekspektasi konfirmasi penggunaan sistem informasi berkelanjutan yang mengintegrasikan teori ekspektasi konfirmasi Oliver (1980, 1981) dan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Variabel yang digunakan misalnya kegunaan persepsian Davis Bagozzi, & Warshaw (1989) untuk menentukan kepuasan pengguna dan niatan penggunaan berkelanjutan. Teori ekspektasi konfirmasi awalnya diusulkan oleh Oliver (1980) untuk analisis perilaku konsumen.

## **2.5 Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan tendensi untuk mempercayai pihak lain (Rotter, 1967). Lebih lanjut Rempel (1985) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu sikap kognitif terhadap pihak yang dipercaya. Kepercayaan merupakan hal penting dalam konteks perdagangan, hal ini dikarenakan perdagangan merupakan kegiatan yang mengandung resiko dan potensi perilaku oportunistik terutama penjual.

## **2.6 Ketanggapan Persepsian**

Pelanggan yang merasa bahwa perusahaan belanja *online* telah memberikan kepedulian atas kegagalan pelayanan akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Juwaheer dan Ross (2003) mendefinisikan ketanggapan persepsian sebagai persepsi pelanggan mengenai kemampuan perusahaan belanja *online* dalam melayani dengan baik dan akurat pelanggan akan menimbulkan kepuasan pelanggan (Juwaheer & Ross, 2003). Hal ini sejalan dengan Wu (2013) yang menyatakan bahwa ketanggapan persepsian adalah cepat tidaknya perusahaan dalam menyelesaikan masalah kegagalan pembelian atau pengalaman tidak menyenangkan pelanggan.

## **2.7 Pengembangan Hipotesis**

Teori keadilan dalam konteks belanja *online* menjelaskan bahwa pelanggan dikatakan menerima keadilan ketika biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan atau membeli sesuatu sesuai dengan manfaat yang diterima. Teori keadilan menjelaskan bahwa keadilan prosedural merujuk pada keadilan antara prosedur dan kebijakan dalam perbelanjaan *online*. Tinjauan literatur mengenai

persepsi keadilan prosedural mengungkapkan masih adanya inkonsistensi, berbagai literature (Smith *et al.*, 1999; Maxham & Netmeyer, 2002; Martinez *et al.*, 2006) menyebutkan bahwa keadilan prosedural sangat penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Teori Keadilan dalam konteks jual-beli juga menjelaskan bahwa keadilan interaksional merupakan keadilan yang diterima pelanggan karena perusahaan interaktif dan responsif terhadap pelanggan. Maxham dan Netemeyer (2002) menunjukkan bahwa tiga komponen keadilan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis yang diusulkan adalah.

H1: Keadilan distributif memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan dalam situs belanja *online*.

H2: Keadilan Prosedural memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan dalam situs belanja *online*.

H3: Keadilan Interaksional memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan dalam situs belanja *online*.

Model ekspektasi konfirmasi Bhattacherjee (2001) merupakan integrasi teori ekspektasi konfirmasi dan TAM. Model tersebut berpendapat bahwa ekspektasi konfirmasi memiliki peran penting dalam menentukan kegunaan persepsi dalam penggunaan berkelanjutan sistem teknologi informasi. Teori ekspektasi konfirmasi berpendapat bahwa individu pada mulanya mempunyai ekspektasi terhadap suatu produk atau teknologi, kemudian individu tersebut membeli atau menggunakan produk dan mengevaluasi apakah sesuai dengan yang diekspektasikan kemudian apabila terkonfirmasi maka akan memberikan rasa puas terhadap produk atau teknologi tersebut. Bhattacherje (2001) dalam penelitiannya menjelaskan ekspektasi konfirmasi menjadi anteseden kuat dari kepuasan. Hal ini sejalan dengan penelitian Cheng *et al.* (2013) yang menjelaskan bahwa ekspektasi konfirmasi tidak hanya berhubungan positif dengan kegunaan persepsian tetapi juga dengan kepuasan pengguna. Wu (2013) juga menjelaskan bahwa ekspektasi konfirmasi memiliki hubungan positif terhadap kegunaan persepsian dan kepuasan pelanggan dalam konteks belanja *online*. Maka hipotesisnya adalah.

H4: Ekspektasi konfirmasi memiliki hubungan positif dengan kegunaan persepsian dalam situs belanja *online*.

H5: Ekspektasi Konfirmasi memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan dalam situs belanja *online*.

Kegunaan persepsian merupakan persepsi sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem/teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya atau dalam konteks ini akan membantu konsumen dalam berbelanja *online*. Kegunaan persepsian berasal dari model penerimaan teknologi (TAM). Thong *et al.* (2006) menjelaskan dalam konteks model ekspektasi konfirmasi untuk kelanjutan penggunaan, kegunaan persepsian dan kemudahan persepsian menjadi anteseden kunci kepuasan pelanggan. Maka hipotesis yang diusulkan adalah.

H6: Kegunaan persepsian memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan dalam situs belanja *online*.

Penelitian Gefen *et al.* (2003) memberikan gambaran awal mengenai integrasi kepercayaan dan TAM. Dalam penelitian tersebut Gefen *et al.* (2003) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor penentu kegunaan persepsian karena kepercayaan akan memberikan tendensi terhadap kegunaan sistem atau teknologi informasi. Menurut *Theory of Planned Behaviour* (TPB) (Ajzen, 1991), kepercayaan juga akan menciptakan perasaan yang menguntungkan terhadap vendor *online* yang cenderung meningkatkan niat pelanggan untuk membeli produk dari vendor. Kepercayaan akan dipandang sebagai faktor yang mengurangi tingkat resiko antara pembeli dan penjual. Wu (2013) yang menyebutkan bahwa kepercayaan merupakan prediktor yang baik untuk kepuasan pelanggan dan berpengaruh positif dengan kegunaan persepsian. Maka hipotesis yang diusulkan adalah.

H7: Kepercayaan memiliki hubungan positif dengan kegunaan persepsian dalam situs belanja *online*.

H8: Kepercayaan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan dalam situs belanja *online*.

Seorang pelanggan yang mengalami kegagalan pembelian tentunya akan mengakibatkan terjadinya kejengkelan terhadap perusahaan penyedia barang atau jasa, akan tetapi apabila perusahaan mampu dengan respon cepat menyelesaikan masalah kegagalan pembelian atau pengalaman tidak menyenangkan pelanggan tersebut tentunya pelanggan akan merasa bahwa perusahaan mampu bertanggung jawab memulihkan keadaan yang tidak menyenangkan tersebut. Persepsi ini akan menjadikan konsumen menjadi puas atas layanan yang diberikan. Penelitian Ismail *et al.* (2009) menyatakan bahwa ketanggapan persepsian berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan.

H9: Ketanggapan persepsian memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan, dalam situs belanja *online*.

Pelanggan yang menerima perlakuan adil dalam pembelian dan penerimaan barang tentunya akan menimbulkan rasa percaya terhadap perusahaan penyedia barang atau jasa. Kepercayaan kepada penjual akan terjadi jika aktivitas pertukaran adil dan terpercaya. Lind dan Tayler (1988) menyatakan bahwa praktik prosedur yang adil menghasilkan kepercayaan dari karyawan dalam hubungan jangka panjang. Hal ini sesuai dengan teori keadilan dalam konteks belanja *online* yang menyatakan keadilan akan diperoleh ketika prosedur dalam belanja *online* adil untuk semua pelanggan. Ketika pelanggan diperlakukan dengan baik dalam hal berkomunikasi dan layanan interaksi maka pelanggan akan menaruh rasa percaya terhadap perusahaan. Chiu *et al.* (2009) menemukan bahwa keadilan interaksional dapat meningkatkan kepercayaan. Sejalan dengan penelitian tersebut Fang *et al.* (2011) juga menemukan bahwa keadilan distributif, procedural, interaksional akan berhubungan positif dengan kepercayaan. Peneliti mengusulkan hipotesis sebagai berikut.

H10: Keadilan distributif memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan, dalam situs belanja *online*.

H11: Keadilan procedural memiliki hubungan positif dengan kepercayaan dalam belanja *online*.

H12: Keadilan Interaksional memiliki hubungan positif dengan kepercayaan dalam situs belanja *online*.

Teori konfirmasi/diskonfirmasi menjelaskan bahwa pelanggan sebelum melakukan pembelian memiliki ekspektasi kemudian dibandingkan dengan kondisi aktual, apabila terjadi diskonfirmasi kecenderungannya akan mengalami ketidakpuasan (Oliver, 1980). Lebih lanjut, Day (1981) mengemukakan individu yang mengalami ketidakpuasan akan memunculkan perilaku keluhan. Penelitian sebelumnya telah mengkonfirmasi bahwa kepuasan berhubungan negatif dengan perilaku keluhan (Zeelenberg & Pieters 2004). Maka hipotesis yang diusulkan adalah.

H13: Kepuasan pelanggan memiliki hubungan negatif dengan niat untuk melakukan keluhan dalam belanja *online*.

### **3. Metoda Penelitian**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Penelitian ini menggunakan analisis unit secara individual. Populasi merupakan keseluruhan elemen yang akan diteliti (Cooper dan Schindler, 2006). Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang melakukan aktivitas berbelanja melalui situs perbelanjaan *online*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang melakukan aktivitas berbelanja *online* lebih dari satu kali dan merasakan pengalaman tidak menyenangkan atau kegagalan dalam layanan di situs perbelanjaan *online*.

#### **3.2 Pengumpulan data**

Pengumpulan data dilakukan dengan metoda survei dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data survei baik secara langsung maupun menggunakan komputer secara *online* melalui internet khususnya *e-mail* dan media sosial. Penelitian ini menggunakan survei karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk mendapatkan pendapat dari individu. Penelitian ini juga akan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*.

#### **3.3 Pengujian Hipotesis**

Penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk memperluas dan mengembangkan model, penggunaan *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk pengujian hipotesis ini lebih diutamakan. SEM dibangun di atas dasar dua teknik multivariat yang familiar, yaitu regresi multivariat dan analisis faktor (Hair *et al.* 2013; Gudono, 2010). SEM adalah analisis yang relatif lebih dinamis dan canggih untuk model kesesuaian dari regresi (Animesh *et al.*, 2011). *Analisis Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program SmartPLS versi 2.00 digunakan untuk menguji hipotesis

### **4. Hasil dan Pembahasan**

#### **1.1 Deskripsi Umum Responden Penelitian**

Pengumpulan data dilakukan melalui 2 cara yaitu secara langsung dan *online*. Peneliti telah melakukan pengumpulan data pada 15 April 2016 – 2 Mei 2016 dengan menyebarkan kuesioner secara langsung dan melalui laman kuesioner dengan menggunakan

fasilitas media sosial dan *Whatsapp*. Jumlah kuesioner yang dikumpulkan berjumlah 400 kuesioner, 254 berasal dari penyebaran kuesioner secara langsung dan 146 kuesioner secara *online*. Dari jumlah kuesioner tersebut untuk pengumpulan data secara langsung dapat digunakan sejumlah 96 kuesioner sedangkan sisanya tidak memenuhi kriteria. Sementara untuk kuesioner yang disebarakan secara *online* yang dapat digunakan sejumlah 105 kuesioner dan sisanya tidak memenuhi kriteria

## 4.2 Model Pengukuran

### 4.2.1 Validitas Konvergen

Tabel 1 Validitas Konvergen

	<b>Factor loading</b>	<b>AVE</b>	<b>Communality</b>
<b>Complaint Intention</b>		0,6354	0,6354
CI1	0,7685		
CI2	0,7780		
CI3	0,8143		
CI4	0,7917		
CI5	0,8312		
<b>Disdributif Justice</b>		0,5430	0,5430
DJ1	0,6952		
DJ2	0,7175		
DJ3	0,83		
DJ4	0,6963		
<b>Expectation Confirmastion</b>		0,7525	0,7525
EC1	0,8472		
EC2	0,8766		
EC3	0,8782		
<b>Interactional Justice</b>		0,6812	0,6812
IJ1	0,8288		
IJ2	0,8515		
IJ3	0,8180		
IJ4	0,8021		

	<b>Factor loading</b>	<b>AVE</b>	<b>Communality</b>
<b>Prosedural Justice</b>		0,6405	0,6405
PJ1	0,7581		
PJ2	0,8186		
PJ3	0,8024		
PJ4	0,8205		
<b>Perceived Responsiveness</b>		0,7006	0,7006
PR1	0,6733		
PR2	0,8897		
PR3	0,781		
<b>Perceived Usefulness</b>		0,7006	0,7006
PU1	0,8281		
PU2	0,8786		
PU3	0,7888		
PU4	0,8499		
<b>Satisfaction</b>		0,7020	0,7020
SA1	0,8689		
SA2	0,8609		
SA3	0,8589		
SA4	0,7578		
<b>Trust</b>		0,7527	0,7527
TR1	0,8663		
TR2	0,8972		
TR3	0,8794		
TR4	0,8258		

Berdasarkan hasil pengujian validitas, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.8, indikator telah memenuhi validitas konvergen karena semua *factor loading* lebih dari 0,7. Adapun indikator DJ1, DJ4, dan PR1 memiliki *factor loading* kurang dari 0,7 tetapi menurut Hartono dan Abdillah (2014) jika *factor loading* 0,5 – 0,7 sebaiknya peneliti tidak menghapus indikator sepanjang memiliki nilai AVE lebih dari 0,5. Dapat dilihat di tabel bahwa nilai AVE konstruk disistributif *justice* adalah 0,5430 dan *perceived responsiveness* adalah 0,6183

sehingga peneliti tidak menghapus indikator yang memiliki *factor loading* kurang dari 0,7.

#### 4.2.2 Validitas Diskriminan

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai akar AVE yang bercetak tebal dan berada diagonal, dibandingkan dengan nilai korelasi variabel laten yang berada di bawahnya (kolom yang sama) dan disampingnya (baris yang sama). Semua nilai akar AVE lebih besar dari nilai korelasi variabel laten. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi variabel diskriminan berdasarkan nilai perbandingan akar AVE yang lebih besar dibandingkan dengan korelasi variabel laten.

**Tabel 4.2 Validitas Diskriminan**

	CI	DJ	EC	IJ	PJ	PR	PU	SAT	TR
CI	<b>0.79714</b>								
DJ	0.21538	<b>0.73689</b>							
EC	0.20359	0.61054	<b>0.86750</b>						
IJ	0.31837	0.55436	0.60693	<b>0.82535</b>					
PJ	0.24733	0.58176	0.55487	0.70366	<b>0.80034</b>				
PR	0.41654	0.30111	0.40244	0.38154	0.34634	<b>0.78635</b>			
PU	0.39522	0.52009	0.53848	0.51355	0.47278	0.37505	<b>0.83702</b>		
SAT	0.35300	0.63989	0.72200	0.51634	0.50018	0.43402	0.63954	<b>0.83791</b>	
TR	0.17089	0.68402	0.75467	0.54635	0.53806	0.43469	0.49998	0.72582	<b>0.86762</b>

#### 4.2.3 Uji Reliabilitas

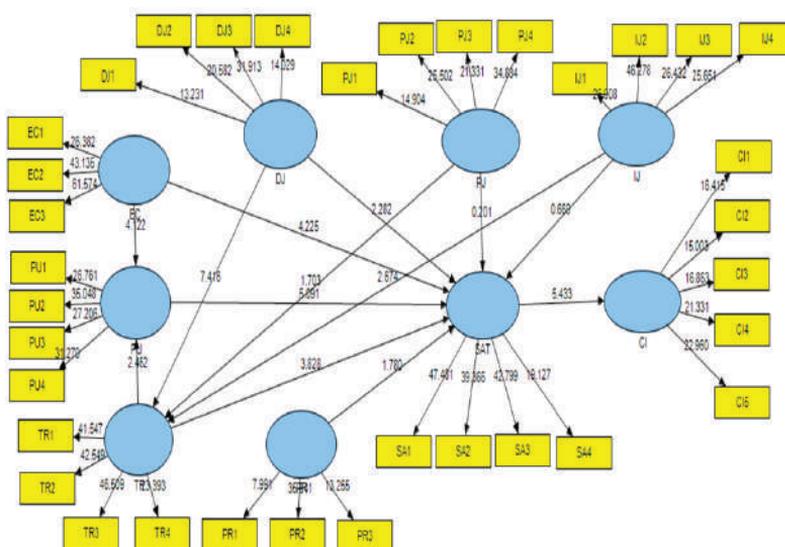
Pengujian ini dilakukan dengan pengukuran yang memenuhi kriteria nilai *composite reliability* diatas 0,70. Metode Uji reliabilitas yang lainnya adalah dengan menggunakan *Cronbach Alpha* dari masing-masing item dalam satu variabel dengan nilai lebih dari 0,60 Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *composite reliability* masing masing konstruk di atas 0,7 dan *cronbachs alpha* di atas 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa pengukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah *reliable*.

**Tabel 3. Uji Reliabilitas**

Konstruk	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbachs Alpha</i>
CI	0.896987	0.856912
DJ	0.825353	0.716461

Konstruk	Composite Reliability	Cronbachs Alpha
EC	0.9012	0.836726
IJ	0.895212	0.84507
PJ	0.876858	0.81352
PR	0.827564	0.698056
PU	0.903344	0.857495
SAT	0.903836	0.857793
TR	0.924055	0.890264

#### 4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis



Gambar 1. Model Struktural

Tabel 4. Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STERR)
<b>DJ -&gt; SAT</b>	0.1481	0.1410	0.0648	2.2821*
<b>DJ -&gt; TR</b>	0.5207	0.5136	0.0702	7.4164*
<b>EC -&gt; PU</b>	0.3743	0.3701	0.0908	4.1222*
<b>EC -&gt; SAT</b>	0.2821	0.2898	0.0667	4.2253*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistics (O/STERR)</i>
<b>IJ -&gt; SAT</b>	-0.0485	-0.0463	0.0725	0.6694
<b>IJ -&gt; TR</b>	0.1826	0.1833	0.0683	2.6742*
<b>PJ -&gt; SAT</b>	-0.0125	-0.0104	0.0624	0.2005
<b>PJ -&gt; TR</b>	0.1065	0.1156	0.0625	1.7025**
<b>PR -&gt; SAT</b>	0.0762	0.0824	0.0428	1.7795**
<b>PU -&gt; SAT</b>	0.2760	0.2748	0.0542	5.0914*
<b>SAT -&gt; CI</b>	0.353	0.3618	0.0649	5.4332*
<b>TR -&gt; PU</b>	0.2174	0.2236	0.0883	2.4618*
<b>TR -&gt; SAT</b>	0.2737	0.2657	0.0715	3.8283*
<b>DJ -&gt; SAT</b>	0.1481	0.1410	0.0648	2.2821*

Berdasarkan nilai *T-Statistics* diatas, diketahui bahwa ada 3 hipotesis yang tidak terdukung. Sementara itu sisanya ada sepuluh hipotesis yang terdukung diantaranya keadilan distributif yang berhubungan positif dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, keadilan procedural yang berhubungan positif dengan kepercayaan, keadilan interaksional yang berhubungan positif dengan kepercayaan, ekspektasi konfirmasi yang berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan dan kegunaan persepsian, kegunaan persepsian yang berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan dan kepercayaan yang berhubungan positif dengan kegunaan persepsian dan kepuasan pelanggan. Salah satu hipotesis yang menjadi isu utama adalah hubungan antara kepuasan pelanggan dan niat untuk melakukan keluhan. Hipotesis tersebut tidak terdukung karena peneliti beranggapan bahwa pelanggan masih berfikir bahwa menyampaikan keluhan secara langsung kepada perusahaan biasanya tidak akan ditindaklanjuti. Selain hal tersebut peneliti juga menggunakan literature Hofstede (2001) yang menyatakan bahwa kecenderungannya masyarakat Indonesia memiliki nilai kolektivis yang tinggi sehingga niat untuk melakukan keluhan menjadi rendah.

## **5. Penutup**

### **5.1 Simpulan**

Penggunaan fasilitas internet dalam menyampaikan keluhan kepada perusahaan merupakan kemudahan yang ditawarkan oleh situs belanja *online*. Walaupun demikian, hasil menunjukkan bahwa niat untuk melakukan keluhan tetap lebih rendah, peneliti menemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fu *et al.* (2015) bahwa masyarakat cenderung melakukan komunikasi dari mulut ke mulut. Hal ini didukung penelitian Mardhiyah *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa masyarakat cenderung melakukan komunikasi mulut ke mulut melalui pihak ke 3, misalnya dengan menulis blog, media sosial atau menyebarkan komunikasi negatif kepada teman-temannya menggunakan fasilitas internet atau bertemu secara langsung dibandingkan dengan memberikan masukan atau keluhan secara langsung kepada perusahaan belanja *online*. Hal ini memberikan kontribusi kepada perusahaan *online* bahwa perusahaan mempertimbangkan berbagai jenis keluhan konsumen sebagai indikator yang diperlukan atas kinerja yang tidak memuaskan.

### **5.2 Keterbatasan dan Saran**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya adalah tidak berfokus pada satu toko *online*. Penelitian ini menggunakan menggunakan berbagai macam *toko online*, padahal setiap toko *online* memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Penelitian ini tidak menggunakan variabel kontrol, seperti umur, *gender*, budaya dan pengalaman. Padahal salah satu alasan ketidakterdukungan hipotesis menggunakan faktor budaya. Selain variabel kontrol perlu juga menambahkan variabel pemoderasi yang membedakan nilai-nilai individualis dan kolektivis. Penelitian ini juga memiliki kekurangan yaitu nilai *R Square* niat untuk melakukan keluhan yang rendah sehingga perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen hanya sebesar 12,4%. Sebaiknya penelitian yang akan datang memperhatikan factor budaya untuk lebih bisa menjelaskan perilaku keluhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991: Vol. 50 No. 2, pp. 179-211.
- Anderson, E. and Weitz, B.A. "Determinants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads." *Marketing Science*, 1989: Vol. 8 No. 4, pp. 310-23.
- Bhattacharjee, A. "Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model." *MIS Quarterly*, 2001a: 25(3), 351-370.
- Blodgett, J. G., Granbois, D. H., & Walters, R. G. "The Effects of Perceived Justice on Complainants Negative Word-of-Mouth Behavior and Repatronage Intentions." *Journal of Retailing*, 1993: 69, 399-427.
- Chiu, M.C., Linb, Y.H., Sun, Y.S., Hsu H.M., "Understanding Customers' Loyalty Intentions Towards Online Shopping: An Integration of Technology Acceptance Model and Fairness Theory." *Behaviour & Information Technology*, 2009: Vol. 28, No. 4, pp 347-360
- Colquitt, J. A., Wesson, M. J., Porter, C. O. L. H., Conlon, D. E., & Ng, K. Y. "Justice at The Millennium: A Meta-Analytic Review of 25 Years of Organizational Justice Research." *Journal of Applied Psychology*, 2001: 86(3), 425-445.
- Cooper, Donald R, dan P. S. Schindler. *Business Research Model*. Newyork: McGraw-Hill/Irwin. 2006.
- Davis, F.D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly*, 1989: 13, 319-340.
- Fang, Y.H., & Chiu, C.-M., dan Wang, Eric T.G."Understanding Customer Satisfaction and Repurchase Intentions An Integration of IS Success Model, Trust,and Justice." *Internet Research*, 2011: Vol. 21 No. 4.
- Finn, A., Wang, L., & Frank, T. "Attribute Perceptions, Customer Satisfaction and Intention to Recommend E-Services." *Journal of Interactive Marketing*, 2009: 23(3), 209-220.
- Forbes, L., Kelley, S., & Hoffman, D. "Typologies of E-Commerce Retail Failures and Recovery Strategies." *Journal of Services Marketing*, 2005: 19(5), 280- 292.
- Fu, J.-R., Ju, P-H., Hsu, C-W. "Understanding Why Consumers Engage in Electronic Word-of-Mouth Communication: Perspectives From Theory of Planned Behavior and Justice Theory." *Electronic Commerce Research and Applications*, 2015.

- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. "Trust and TAM in online shopping: An integrated model." *MIS Quarterly*, 2003: Vol No. 27(1), 51–90.
- Giese, J.L. dan Cote, J.A. "Defining Consumer Satisfaction." *Academy of Marketing Science*, 2002 Vol. 2000 No.1
- ."Inexperience and Experience with Online Stores: The importance of TAM and Trust. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 2003: 50(3), 307–321.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. *Multivariate Data Analysis (Seventh ed.)*. New Jersey: Pearson Education Inc, 2010.
- Hartono, Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi 1*. Yogyakarta, Indonesia: ANDI OFFSET, 2007.
- ."Metodologi Penelitian Sistem Informasi. Edisi 1. Yogyakarta, Indonesia: ANDI OFFSET. 2008.
- ."Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Edisi 6. Yogyakarta, Indonesia: BPFE UGM. 2013.
- ."& W. Abdillah. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Edisi 1. Yogyakarta, Indonesia: BFFE UGM. 2014.
- Hofstede, Geert., *Culture's Consequences: Comparing, Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations, 2nd ed.*, Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc. 2001.
- Holloway, B., Wang, S., & Parish, J. "The Role of *Online* Purchasing Experience in Service Recovery Management." *Journal Interactive Marketing*, 2005: Vol No. 19(3), 54–67.
- Ismail, A., Abdullah, A.A., Francis, S.K. " Exploring the relationships among service quality features, perceived value and customer satisfaction". *Journal of Industrial Engineering and Management*, 2009: Vol No. 2(1), pp 230-250.
- Jacoby, J. Jaccard, J. "The Source, Meaning, and Validity of Consumer Complaint Behavior: A Psychological Analysis." *Journal of Retailing*, 1981: Vol 57, pp 4-24.
- Liu, R. R., & McClure, P., "Recognizing cross-cultural differences in consumer complaint behavior and intentions: An empirical examination." *Journal of Consumer Marketing*, 2001: 18(1), 54–75.
- Mardhiyah, Dien; Basu Swastha Dharmmesta, and B.M. Purwanto, "Antecedents to Online Negative Word-of-Mouth Communication Intention" *Gadjah Mada International Journal of Business*, 2013: Vol. 15, No. 2, p.113-132.

- Martinez-Tur, V., Peiro, J. M., Ramos, J., & Moliner, C. "Justice Perceptions as Predictors of Customer Satisfaction: The Impact of Distributive, Procedural, and Interactional Justice." *Journal of Applied Social Psychology*, 2006: 36(1), 100-119.
- Maxham, J. G., III, & Netemeyer, R. G. "Modeling Customer Perceptions of Complaint Handling Over Time: The Effects of Perceived Justice on Satisfaction and Intent." *Journal of Retailing*, 2002: 78(4), 239-252.
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. "Trust Means in E-commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology." *International Journal of Electronic Commerce*, 2002: 6(2), 35-72.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing." *The Journal of Marketing*, 1994: Vol No. 58(3), pp 20-38.
- Okeke, T.C., Ezech, G.A., Ugochukwu, N.O.A. "Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction with Online Services of Nigerian Banks." *Journal of Internet Banking and Commerce*, 2015: Vol No. 20 (3), pp 1-9.
- Oliver, R. L. "A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions." *Journal of Marketing Research*, 1980: Vol No. 17(4), pp 460-469.
- Rotter, J. "A New Scale For the Measurement of Interpersonal Trust." *Journal of Personality and Social Psychology*, 1967: Vol 35, No.4, pp 651-665.
- Thøgersen, J. Juhl, H.J., Poulsen, C.S. "Complaining: A Function of Attitude, Personality, and Situation." *Psychology and Marketing*, 2009: Vol No. 26 pp 760-777.
- Stephens, Nancy and Kevin P. Gwinner, "Why Don't Some People Complain? A Cognitive-Emotive Process Model of Consumer Complaint Behavior," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1998: Vol. 26, No. 3, pp. 172-189.
- Voorhees, C. M., & Brady, M. K. "A service perspective on the drivers of complaint intentions." *Journal of Service Research*, 2005: 8(2), 192-204
- Wang, S.Y., "Assessing E-Commerce Systems Success: A Respecification and Validation of the DeLone and McLean model of IS Success." *Informations Systems Journal*, 2008: Vol 18, pp 529-557
- Wu, I.L. "The Antecedents of Customer Satisfaction and Its Link to Complaint Intentions in *Online Shopping: An Integration of Justice, Technology, and Trust.*" *International Journal of Information Management*, 2013: Vol No. 33, pp 166-176.

ylki.or.id. (30 Januari 2016)

Zeelenberg, M., & Pieters, R. "Beyond valence in customer dissatisfaction: A review and new findings on behavioral responses to regret and disappointment in failed services." *Journal of Business Research*, 2004: 57, 445-455.

Zheng, M.Y., Zhao, K. Stylianou, A. "The Impacts of Information Quality and System Quality on Users' Continuance Intention in Information-Exchange Virtual Communities: An Empirical Investigation." *Decision Support Systems*, 2013: Vol. 56, pp 513-524.

## TENTANG PENULIS



**Frank Aligarh** adalah Dosen Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta. Ia menyelesaikan S1 Jurusan Pendidikan Akuntansi Kelas Internasional di UNY Tahun 2014 dan memperoleh Master of Science In Accounting (M.Sc) di FEB UGM Tahun 2016. Beberapa hasil penelitiannya telah terbit di jurnal Ekuilibrium, Berkala Akuntansi Unair, dan JIEB



**Marita Kusuma Wardani** adalah Dosen Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta. Ia menyelesaikan S1 Jurusan Akuntansi di UII dan memperoleh Master dibidang akuntansi di FEB UNS. Saat ini sedang menempuh Doktoral di PDIE UNS. Beberapa hasil penelitiannya telah terbit di berbagai jurnal nasional dan internasional



Penelitian tentang Akuntansi telah berkembang sangat pesat dalam 1 dekade ini. Dalam perkembangannya ada dua bidang akuntansi yang sering dijumpai dalam jurnal-jurnal nasional maupun internasional yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi keperilakuan. Perkembangan tersebut tentunya juga didukung dengan kemajuan analisa statistika yang mampu menjelaskan fenomena-fenomena yang belum bisa dijelaskan analisa statistika sebelumnya. Buku ini disusun untuk memperkaya literatur terutama untuk penelitian akuntansi dan penelitian yang memiliki hubungan antarvariabel yang kompleks dan memiliki sifat non linier. Selain itu buku ini juga menyajikan secara teknis mengenai analisis statistik SEM-PLS dengan program Smart-PLS 3.2.8.

Buku ini disusun berdasarkan pengalaman penulis sebagai peneliti aktif dan penulis dalam beberapa jurnal nasional. Oleh karena itu, buku ini juga dilengkapi beberapa contoh mengenai pengalaman penulis dalam meneliti menggunakan SEM-PLS. harapan penulis adalah buku ini bisa membantu mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi atau tesis.

