

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yang mana merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis melalui pengamatan dan pemeriksaan langsung di lapangan.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini, peneliti secara langsung mengunjungi Rania Beauty Kudus untuk memperoleh informasi dan data yang berkaitan dengan penelitian.

#### 2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif, yang mana merupakan sebuah penelitian yang menggunakan metodologi positivisme dalam meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, menganalisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.<sup>2</sup>

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi ini merujuk pada sekumpulan besar objek atau subjek dengan ciri-ciri kuantitatif dan kualitatif tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai fokus studi dan sumber kesimpulan.<sup>3</sup> Populasi dalam penelitian ini, ditetapkan oleh peneliti dengan melihat banyaknya rata-rata jumlah pengunjung Rania Beauty Kudus pada tahun 2022, yang mana berada pada kisaran 10.000 konsumen.

---

<sup>1</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 4, <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ>.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 8.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan Ke-2 (Bandung: Alfabeta, 2018), 148.

## 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi.<sup>4</sup> Sampel dalam penelitian ini, ditentukan melalui metode pemilihan *nonprobability sampling*, yaitu *accidental sampling*. Pengambilan sampel insidental ini adalah pendekatan pengambilan sampel berbasis peluang. Dengan kata lain, siapa pun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan memenuhi persyaratan yang sesuai dengan kriteria, maka dapat digunakan sebagai sampel.<sup>5</sup>

Dengan melihat banyaknya jumlah pengunjung Rania Beauty Kudus, maka kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sesuai dengan persyaratan penelitian dengan memberikan tanggapan yang sesuai dengan pengalaman pribadi masing-masing saat berbelanja, yang mana kriteria yang dimaksud ialah seorang konsumen yang melakukan pembelian tak terencana (*impulse buyer*), yang sebelumnya juga telah diamati terlebih dulu oleh peneliti secara langsung. Dalam menetapkan sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu:<sup>6</sup>

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Total populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Karena kita menggunakan tingkat keyakinan sebesar 90%, maka *margin of error* (e) adalah sebesar 10%. Jika diterapkan dengan rumus di atas, maka:

$$n = \frac{10.000}{(1 + 10.000 (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{10.000}{(1 + 10.000 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{10.000}{1 + 100}$$

$$n = \frac{10.000}{101}$$

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 149.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 85.

<sup>6</sup> Riyanto dan Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, 12.

$$n = 99,01$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden.

## C. Identifikasi Variabel

### 1. Desain Variabel

Variabel merupakan segala sesuatu yang berupa apa saja yang dapat ditentukan oleh seorang peneliti guna dipelajari dan kemudian diperoleh informasi mengenai hal tersebut sehingga dapat ditarik kesimpulannya.<sup>7</sup>

#### a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah elemen yang diasumsikan sebagai penyebab perubahan variabel lainnya, di mana yang dimaksud ialah variabel terikat.<sup>8</sup> Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Price Discount* ( $X_1$ ) dan *Personal Selling* ( $X_2$ ).

#### b. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, dan juga sering disebut dengan variabel respon atau variabel *output*. Variabel terikat inilah yang diteliti dan dievaluasi untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya variabel bebas tersebut.<sup>9</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Impulse Buying* ( $Y$ ).

#### c. Variabel mediasi (*intervening*)

Variabel mediasi adalah faktor-faktor yang, secara teori, berdampak pada variabel terikat namun tidak dapat dilihat sehingga tidak dapat diukur atau dimodifikasi.<sup>10</sup> Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah *positive emotion* ( $Z$ ).

### 2. Variabel Operasional

Variabel operasional yang digunakan pada penelitian ini tercantum pada tabel di bawah ini:

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 38.

<sup>8</sup> S. Ibnu, A. Mukhadis, dan I.W. Dasna, *Dasar- Dasar Metodologi Penelitian* (Malang: Universitas Negeri Malang, 2003), 36.

<sup>9</sup> Ibnu, Mukhadis, dan Dasna, *Dasar- Dasar Metodologi Penelitian*, 36.

<sup>10</sup> Ibnu, Mukhadis, dan Dasna, *Dasar- Dasar Metodologi Penelitian*, 37.

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1.	<i>Price Discount</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Price discount</i> merupakan pengurangan dari harga normal yang ditujukan kepada para konsumen, yang ditunjukkan pada label atau kemasan produk tersebut. <sup>11</sup>	a. Frekuensi diskon b. Besaran diskon c. Waktu pemberian diskon	Septian Wahyudi yang digunakan dalam penelitiannya Erna Lim dan David Humala Sitorus, “Pengaruh Social Media, Price Discount dan E-Money Terhadap Impulse Buying Pada Roempi Coffee Gerai BCS Mall Kota Batam,” 5, no.1 (2022).
2.	<i>Personal Selling</i> (X <sub>2</sub> )	Penjualan perseorangan ( <i>personal selling</i> ) merupakan suatu presentasi lisan dalam sebuah pembicaraan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan niat untuk	a. Penampilan wiraniaga baik b. Wiraniaga menguasai informasi perusahaan c. Kemampuan wiraniaga dalam mempresentasikan produk bagi pelanggan memuaskan d. Wiraniaga mampu	Philip Kotler dan Gary Armstrong yang digunakan dalam penelitiannya Kris Dipayanti “Pengaruh Promosi Penjualan dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada

<sup>11</sup> Sofy Haniffah Rahman, Heni Rohaeni, dan Srie Wijaya Kesuma Dewi, “Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Purchase Intention,” *Jurnal Sain Manajemen*, 2, no. 1 (2020): 27-28.

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		mencapai penjualan, penjualan perseorangan ini melibatkan interaksi langsung antara produsen atau penjual dengan konsumen. <sup>12</sup>	mengidentifikasi konsumen baru atau konsumen lama dengan baik	PT. Giant Extra Pamulang,” <i>Manajemen Pemasaran Kompetitif</i> 2, no.1 (2018).
3.	<i>Impulse Buying</i> (Y)	Menurut Mowen dan Minor pembelian tak terencana merupakan aktivitas pembelian yang dilakukan secara mendadak, tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu pada saat memasuki sebuah toko. <sup>13</sup>	a. Spontanitas b. Kekuatan, kompulsi, dan intensitas c. Kegairahan dan stimulasi d. Ketidakpedulian akan akibat	Engel <i>et al.</i> yang digunakan dalam penelitiannya Edwin Japarianto dan Sugiono Sugiharto “Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya,” <i>Jurnal Manajemen</i>

<sup>12</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Edisi I (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013), 18-19.

<sup>13</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, Edisi 5 (Jakarta: Erlangga, 2002), 117.

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
				<i>Pemasaran</i> 6, no. 1 (2011).
4.	<i>Positive Emotion</i> (Z)	Menurut Saputri <i>et al.</i> , emosi positif ( <i>positive emotion</i> ) merupakan suatu penilaian yang timbul dari diri individu yang disebabkan oleh adanya rangsangan dari eksternal maupun internal. <sup>14</sup>	a. <i>Pleasure</i> b. <i>Arousal</i>	Syafitri Rosyida dan Anik Lestari Anjarwati, “Pengaruh <i>Store Atmosfer</i> dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening,” <i>Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen</i> 16, no. 1 (2016).

<sup>14</sup> Arin Dwi Saputri, Murry Harmawan Saputra, dan Fitri Rahmawati, “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Matahari Department Store Artos Magelang),” *VOLATILITAS* 4, no. 5 (2022): 157.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### 1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang memiliki ciri yang unik apabila dibandingkan dengan metode lainnya, seperti wawancara dan kuesioner. Hal tersebut dikarenakan wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, berbeda dengan observasi yang tidak terbatas pada orang saja, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mengambil gambaran yang terjadi di lapangan secara umum yang berkaitan dengan *price discount*, *personal selling*, *impulse buying* dan *positive emotion*.

##### 2. Wawancara

Wawancara adalah interaksi yang melibatkan pihak pewawancara (*interviewer*) dengan sumber informasi atau seseorang yang diwawancarai (*interviewee*) yang dilakukan secara tatap muka (*face to face*), di mana pewawancara dapat mengajukan pertanyaan secara langsung tentang objek yang sedang diteliti dan juga sudah dipersiapkan sebelumnya.<sup>16</sup> Wawancara ini merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Selain itu, wawancara ini digunakan ketika peneliti membutuhkan wawasan terkait responden secara mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.<sup>17</sup> Peneliti melakukan proses wawancara untuk menggali informasi seputar profil bisnis Rania Beauty Kudus serta perkembangannya.

##### 3. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan penyampaian rangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Selain itu, jika responden yang diperlukan tersebar di wilayah yang luas dan dalam jumlah yang cukup banyak,

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 145.

<sup>16</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), 372.

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 137.

kuesioner ini merupakan pilihan yang cukup baik.<sup>18</sup> Kuesioner dapat dilakukan dengan cara tatap muka atau melalui kuesioner surat, baik surat dalam bentuk kertas maupun elektronik.<sup>19</sup>

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk pertanyaan atau pernyataan tertutup, di mana kuesioner ini disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan dan responden hanya perlu memilih salah satu dari jawaban yang tersedia yang dianggap benar atau sesuai.<sup>20</sup> Dalam hal ini, peneliti menggunakan skala *likert* sebagai skala pengukuran untuk menilai sikap subjek terhadap suatu objek, yang dinyatakan dengan setuju hingga tidak setuju.<sup>21</sup>

**Tabel 3. 2**  
**Alternatif Jawaban Responden**

<b>Alternatif jawaban</b>	<b>Simbol</b>	<b>Nilai</b>
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	R	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2015)<sup>22</sup>

## **E. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif adalah strategi statistik untuk mengevaluasi data yang menggambarkan atau menampilkan informasi yang dikumpulkan apa adanya, tanpa maksud untuk menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan atau digeneralisasikan yang berlaku bagi semua orang.<sup>23</sup> Dalam hal ini, analisis deskriptif ini bersifat keterangan yang menjelaskan mengenai identitas dari seorang responden,

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 142.

<sup>19</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 173-174.

<sup>20</sup> Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, 202.

<sup>21</sup> Suryadi, Darmawan, dan Mulyadi, *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*, 183.

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 94.

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 147.

yang mana dikategorikan secara statistik dengan berdasarkan karakteristik, seperti gender responden, usia responden, pekerjaan responden, pendapatan responden, banyaknya pembelian atau frekuensi pembelian yang dilakukan responden dalam satu bulan.

## 2. Analisis *Partial Least Square* (PLS)

Teknik analisis data pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software Smart-PLS* versi 4. PLS ini merupakan salah satu metode penyelesaian *Structural Equation Modeling* (SEM), sehingga dikenal dengan istilah PLS-SEM.<sup>24</sup> Dalam konteks ini, *Structural Equation Modelling* (SEM) adalah metode statistik *multivariate* yang dapat digunakan untuk mengurai pola hubungan yang kompleks antara konsep-konsep yang tidak dapat diamati dan indikator-indikator yang dapat diukur dari konsep-konsep tersebut, termasuk kesalahan pengukuran secara langsung.<sup>25</sup> *Partial Least Square* (PLS) ini merupakan pendekatan analisis yang cukup ampuh karena tidak bergantung pada banyak asumsi atau kriteria, seperti uji normalitas dan multikolinearitas. Selain itu, dengan menggunakan PLS, data yang digunakan tidak perlu berdistribusi normal *multivariate*, dan item pengukuran pada skala mulai dari kategori dan peringkat hingga data interval dan rasio dapat disertakan dalam model yang sama, dan tidak ada persyaratan untuk ukuran sampel yang besar.<sup>26</sup>

### a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau yang disebut juga dengan istilah *outer model* merupakan pengujian keterkaitan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel latennya.<sup>27</sup> Dalam hal ini, *outer model* digunakan untuk melihat validitas dan reliabilitas

---

<sup>24</sup> Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 4.

<sup>25</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), 38.

<sup>26</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, 53.

<sup>27</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, 75.

prediktor atau item instrumen penelitian dalam mengukur laten variabel.<sup>28</sup>

#### 1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan derajat kebenaran dan keabsahan suatu alat ukur atau instrumen. Suatu instrumen dianggap sah atau valid apabila mampu menyampaikan data secara benar dari variabel-variabel yang dianalisis dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Tingkat validitas instrumen yang tinggi ataupun rendah dapat menunjukkan seberapa dekat data yang dikumpulkan memenuhi gambaran validitas yang diinginkan.<sup>29</sup>

##### a) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen didefinisikan sebagai sekumpulan indikasi yang mewakili satu variabel laten dan variabel laten yang mendasarinya.<sup>30</sup> Jika nilai *loading factor* lebih dari 0,7 maka suatu prediktor atau item dinilai valid. Selain itu, nilai AVE (*Average Variance Extracted*) juga dapat digunakan untuk merepresentasikan validitas konvergen. Nilai AVE diharapkan lebih dari 0,5 ( $AVE > 0,5$ ).<sup>31</sup> Jika nilai AVE lebih dari 0,5, maka satu variabel laten dianggap dapat menjelaskan lebih dari separuh varians indikator. Nilai validitas konvergen yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan validitas konvergen yang substansial atau memadai.<sup>32</sup>

##### b) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan adalah konsep tambahan yang memiliki arti bahwa dua konsep

---

<sup>28</sup> Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 6.

<sup>29</sup> Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jawa Timur: Airlangga University Press, 2017), 91.

<sup>30</sup> Jonathan Sarwono dan Umi Narimawati, *Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)* (Yogyakarta: ANDI, 2015), 19.

<sup>31</sup> Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 7.

<sup>32</sup> Sarwono dan Narimawati, *Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*, 19.

berbeda secara konseptual harus menunjukkan perbedaan yang memadai. Dengan kata lain, serangkaian indikator tidak diharapkan menjadi satu dimensi, tetapi lebih kepada perbedaan antar konsep.<sup>33</sup> Dalam aplikasi *Smart-PLS* atau sejenisnya, uji validitas diskriminan dapat dilakukan dengan menggunakan nilai *Cross Loadings*, *Fornell-Larcker Criterion* dan *Heterotrait-Monotrait* (HTMT).<sup>34</sup>

- (1) Nilai *Cross Loading* dari setiap konstruk dinilai untuk memverifikasi bahwa korelasi konstruk dengan item-item pengukuran lebih kuat dibandingkan dengan konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan harus di atas 0,7.
- (2) *Fornell-Larcker Criterion* adalah kriteria lain yang digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan, yang mana dilakukan dengan membandingkan nilai  $\sqrt{AVE}$  di setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Model dianggap memiliki validitas diskriminan yang sangat baik jika nilai  $\sqrt{AVE}$  dari setiap konstruk memiliki nilai yang lebih tinggi dari pada nilai korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya dalam model.
- (3) *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) adalah pendekatan lain untuk menentukan validitas diskriminan karena beberapa ahli berpendapat bahwa *Cross Loading* dan *Fornell-Larcker Criterion* kurang sensitif. Dalam hal ini, *multitrait-multimethod matrix* digunakan sebagai dasar pengukuran dalam metode HTMT ini. Untuk menjamin validitas diskriminan antara dua konstruksi reflektif, nilai HTMT harus lebih kecil dari 0,9.

---

<sup>33</sup> Sarwono dan Narimawati, *Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*, 19.

<sup>34</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, 76.

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diartikan sebagai instrumen yang cukup andal untuk bertindak sebagai alat pengumpul data atau pengukuran variabel yang dapat diandalkan karena memberikan hasil yang baik secara konsisten ketika digunakan berulang kali untuk pengukuran pada objek yang sama.<sup>35</sup> Untuk pengujian reliabilitas ini, dapat ditentukan dengan berdasarkan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Dianggap dapat dipercaya jika nilai *cronbach's alpha* atau *composite reliability* lebih dari 0,7.<sup>36</sup>

### b. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau juga dikenal sebagai *inner model*, adalah metodologi analisis guna menentukan adanya kolinearitas antar konstruksi dan untuk menilai kekuatan prediktifnya.<sup>37</sup>

#### 1) *R-Square* ( $R^2$ )

*R-Square* merupakan penilaian yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar konstruk eksogen dapat menjelaskan konstruk endogen.<sup>38</sup> Nilai *R-Square* pada *Smart-PLS* dapat diperoleh bersamaan dengan analisis validitas dan reliabilitas (*outer model*) pada tahap analisis *PLS-Algorithm*.<sup>39</sup>

#### 2) *Effect size* ( $F^2$ )

Nilai *effect size* (*F-Square*) merupakan penilaian tambahan untuk mengetahui besaran atau kekuatan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Nilai *F-Square* dapat diperoleh bersamaan pada tahap *PLS-Algorithm*. Berdasarkan nilai *F-Square*, kekuatan pengaruh variabel eksogen

---

<sup>35</sup> Anshori dan Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 83.

<sup>36</sup> Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 7.

<sup>37</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, 76.

<sup>38</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, 77.

<sup>39</sup> Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 11.

terhadap variabel endogen dapat dikategorikan sebagai berikut:<sup>40</sup>

- a) Nilai *F-Square*  $<0,02$  berarti tidak ada pengaruh.
- b) Nilai *F-Square*  $0,02- <0,15$  berarti ada pengaruh kecil.
- c) Nilai *F-Square*  $0,15- <0,35$  berarti ada pengaruh medium.
- d) Nilai *F-Square*  $\geq 0,35$  berarti ada pengaruh besar.

3) *Path Coefficients* atau koefisien jalur

Koefisien jalur, atau secara sederhana koefisien jalur, berfungsi untuk mengevaluasi sifat dan intensitas hubungan dan mengeksplorasi hipotesis. Koefisien ini bervariasi nilainya antara -1 dan +1. Ketika nilainya mendekati +1, hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara dua konstruk lebih kuat. Sebaliknya, nilai yang lebih dekat ke -1 mengindikasikan hubungan yang negatif atau lemah.<sup>41</sup>

4) *Model Fit*

*Model fit* merupakan indikator kesesuaian (kecocokan) sebuah model.<sup>42</sup> Untuk menilai kelayakan model pada *model fit*, dapat dilihat dari nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Nilai SRMR ini digunakan untuk kecocokan antara hubungan antar variabel pada model yang diamati. Dalam hal ini, model dikatakan layak atau cocok untuk menjelaskan hubungan antar variabel tersebut apabila nilai SRMR  $<0,08$  atau dapat ditoleransi hingga  $<0,1$ .<sup>43</sup>

c. Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Uji hipotesis merupakan prosedur *bootstrapping* yang menghasilkan nilai t-statistik untuk setiap jalur hubungan. Dalam hal ini, nilai t-statistik akan

---

<sup>40</sup> Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 11.

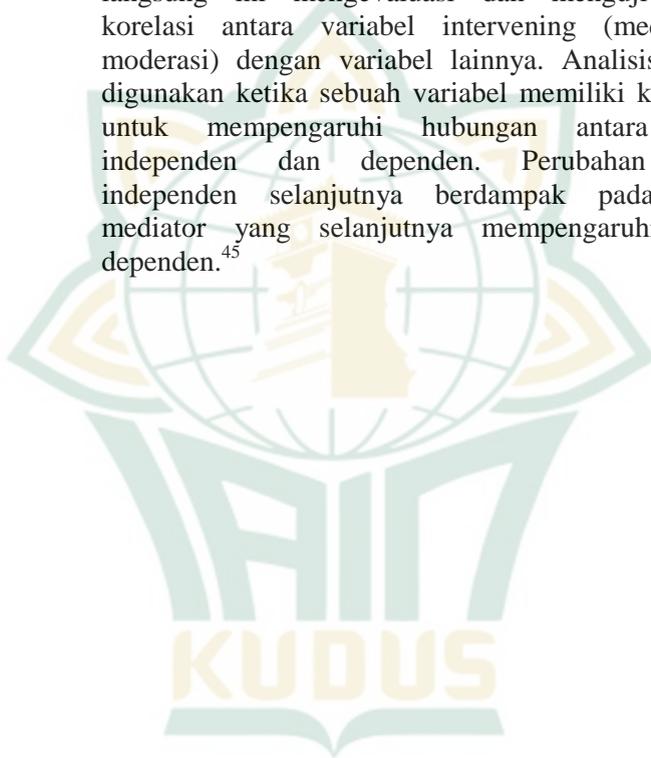
<sup>41</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, 77.

<sup>42</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, 78.

<sup>43</sup> Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 9-10.

dibandingkan dengan nilai t-tabel. Tingkat kepercayaan, seperti 90%, 95%, atau 99%, dapat digunakan untuk menentukan nilai t-tabel. Apabila ambang batas akurasi atau ketidaktepatan ( $\alpha$ ) diatur 5% atau 0,05, maka menggunakan tingkat kepercayaan 95%.<sup>44</sup>

Dalam pengujian hipotesis ini, terdapat dua pengujian, yakni uji pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*). Uji pengaruh tidak langsung ini mengevaluasi dan menguji kekuatan korelasi antara variabel intervening (mediasi atau moderasi) dengan variabel lainnya. Analisis ini tepat digunakan ketika sebuah variabel memiliki kemampuan untuk mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Perubahan variabel independen selanjutnya berdampak pada variabel mediator yang selanjutnya mempengaruhi variabel dependen.<sup>45</sup>



---

<sup>44</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, 80.

<sup>45</sup> Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, 79.