

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan di tengah kehidupan masyarakat yang bertujuan untuk menemukan kebenaran tentang suatu masalah yang tengah terjadi.¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dapat juga disebut sebagai metode tradisional, dan metode positivistik. Pada pendekatan kuantitatif, penelitian yang dilakukan lebih berfokus pada data yang berupa angka, menggunakan analisis rumus statistik tertentu dan digunakan sebagai uji hipotesis yang disiapkan serta kausalitas tertentu.² Metode kuantitatif disebut sebagai metode tradisional karena telah cukup lama digunakan sehingga mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode kuantitatif juga disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme.³

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu Toko “Zakiah Kaftan” yang berada di Desa Sidorejo Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pada tanggal 20 Agustus 2023 sampai dengan tanggal 20 September 2023.

¹ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Ekonosia, 2015), 63.

² Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Jember: Stain Jember Press, 2013), 38.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 7.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah area yang bersifat umum yang terdiri dari berbagai jenis objek dan subjek yang memiliki sifat serta karakteristik khusus yang diterapkan oleh peneliti dan dapat dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya jumlah subjek maupun objek yang dipelajari, melainkan juga meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek maupun objek tersebut.⁴ Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen produk Zakiyah Kaftan yang melakukan pembelian ulang selama tahun 2022 sebanyak 98 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik dari suatu populasi. Sampel digunakan ketika populasi dari suatu penelitian memiliki jumlah yang besar sehingga peneliti tidak dapat meneliti seluruh populasi. Namun dalam pengambilan sampel, terdapat aturan yaitu sampel harus mewakili keadaan dari populasi. Sehingga dapat diperoleh data yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan.⁵

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama kepada setiap individu yang dipilih untuk dijadikan sampel dari populasi yang ada. Selanjutnya teknik *nonprobability sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah sampel jenuh, yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan seluruh populasi yang ada. Hal ini karena jumlah populasi relatif kecil.⁶ Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu konsumen Zakiyah Kaftan yang telah melakukan pembelian produk lebih dari satu kali pada tahun 2022.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel

Variabel merupakan konsep yang memiliki lebih dari satu nilai, kategori, keadaan, serta kondisi. Variabel diharapkan

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2016), 117.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2016), 118.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 84-85.

juga dapat membantu untuk memahami gejala yang sedang terjadi di lingkungan sekitarnya. Dengan kata lain variabel yaitu segala hal yang dapat diberi penilaian yang bervariasi.⁷ Variabel yang digunakan oleh para peneliti memiliki perbedaan dalam pemahaman operasionalnya, hal tersebut bergantung pada tujuan dan maksud yang ingin dicapai oleh peneliti.⁸ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 3 macam variabel yaitu

a. Variabel eksogen (bebas/independen)

Variabel eksogen disebut juga sebagai variabel bebas atau independen. Variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat/dependen. Variabel eksogen dapat ditunjukkan dengan anak panah yang berasal darinya menuju ke variabel endogen.⁹ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel bebas yaitu citra merek (X1) dan kepercayaan merek (X2).

b. Variabel endogen (terikat/dependen)

Variabel endogen disebut juga variabel terikat/dependen. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas/independen. Variabel endogen dapat ditunjukkan dengan anak panah yang berasal dari variabel eksogen menuju kepadanya.¹⁰ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan satu variabel dependen yaitu loyalitas konsumen (Y).

c. Variabel mediasi

Variabel mediasi merupakan variabel yang menjadi perantara hubungan antara variabel bebas/independen dan variabel terikat/dependen. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis peran variabel bebas terhadap variabel terikat. Pertama yaitu peran langsung dan kedua yaitu peran tidak langsung yang dimediasi oleh variabel mediasi.¹¹ Pada

⁷ Nurlina T. Muhyiddin, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial, Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal* (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 56-57.

⁸ Hardani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), 306.

⁹ Singgih Santoso, *Structural Equation Modeling (SEM)* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), 9.

¹⁰ Singgih Santoso, *Structural Equation Modeling (SEM)* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), 9.

¹¹ S. Urbayatun dan W. Widhiarso, "Variabel Mediator Dan Moderator Dalam Penelitian Psikologi Kesehatan Masyarakat.," *Jurnal Psikologi* 39, no. 2 (2012): 182.

penelitian ini, peneliti menggunakan satu variabel mediasi yaitu kepuasan konsumen (Z).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjabaran variabel yang sedang diuraikan ke dalam instrumen pengukuran yang dilandaskan pada sifat yang dapat diteliti. Definisi operasional berbeda dengan definisi konseptual. Definisi konseptual lebih mengarah pada karakteristik hipotetikal yaitu “tidak dapat diteliti”, hal ini karena definisi konseptual merupakan sebuah konsep yang diterjemahkan berdasarkan rujukan konsep yang lain. Tujuan dari variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dalam menentukan hubungan antar variabel serta pada pengukurannya.¹² Berikut ini merupakan definisi operasional beserta indikator-indikator variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Referensi
Citra Merek (X1)	Citra merek merupakan gambaran terhadap merek secara keseluruhan serta dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. ¹³	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Strength</i> (Kekuatan) 2. <i>Favorability</i> (Keyakinan terhadap Merek) 3. <i>Uniqueness</i> (Keunikan)¹⁴ 	Sumber atau teori dari Kotler dan Keller yang digunakan dalam penelitian Hatane Samuel, “ <i>Brand Image, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo di Surabaya, Jurnal Manajemen</i> ”

¹² Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pantiya Buku, 2016), 90-91.

¹³ Suzy Widyasari, dkk., “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Koran Harian Suara Merdeka Di Kota Semarang),” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 5, no. 1 (2017): 120.

¹⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Strategic Brand Management, Building Measurement and Managing Brand Equity* (New Jersey: Prentice Hall, 2003).

			<i>Pemasaran</i> , Vol. 13, No. 1 (2019): 29.
Kepercayaan Merek (X2)	Kepercayaan merek merupakan perilaku konsumen untuk bersedia mempercayai dan meyakini kemampuan merek sesuai dengan fungsinya. ¹⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan 2. Dapat diandalkan 3. Kejujuran 4. Sesuai harapan 5. Keamanan¹⁶ 	Sumber atau teori dari Chaudhuri dan Holbrook yang digunakan dalam penelitian Zohaib Ahmed, <i>Effect of Brand Trust and Customer Satsosfaction on Brand Loyalty in Bahawalpur</i> , <i>Journal of Sociological Research</i> , Vol. 5, No. 1, (2014): 314.
Kepuasan Konsumen (Z)	Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang maupun kecewa dari seseorang akibat dari perbandingan antara hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Overall satisfaction</i> (kepuasan secara keseluruhan) 2. <i>Expectation satisfaction</i> (kepuasan harappann) 3. <i>Experience satisfaction</i> 	Sumber atau teori dari Handi Irawan yang digunakan dalam penelitian Suzy Widyasari, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan serta

¹⁵ Tamara Citra dan Suryono Budi Santoso, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN CONTINUOUS FORM MELALUI KEPERCAYAAN MEREK (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang),” *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 13, no. 1 (2016): 4.

¹⁶ Geok Theng Lau dan Sook Han Lee, “Consumer’s Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty,” *Journal of Market Focused Management* 4 (1999): 346–347.

	kinerja dengan harapan. ¹⁷	(kepuasan pengalaman) ¹⁸	Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris pada Koran Harian Suara Merdeka di Kota Semarang)”, <i>Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia</i> , Vol. 5, No. 1 (2017): 122.
Loyalitas Konsumen (Y)	Kesetiaan merupakan perilaku yang positif dan berhubungan dengan pembelian kembali suatu produk atau jasa secara tetap oleh pelanggan. ¹⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Makes regular repeat purchase</i> (melakukan pembelian berulang secara teratur) 2. <i>Purchases across product and service lines</i> (pembelian di seluruh lini produk dan layanan) 3. <i>Refer other</i> (merefersikan kepada pihak lain) 4. <i>Demonstrates</i> 	Sumber atau teori dari Griffin yang digunakan dalam penelitian Hatane Samuel dan Julian Wibisono, “ <i>Brand Image, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo di Surabaya</i> ”, <i>Jurnal Manajemen Pemasaran</i> , Vol. 13, No. 1 (2019): 29-30.

¹⁷ Suzy Widyasari, dkk., “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Pada Koran Harian Suara Merdeka Di Kota Semarang)”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 5, no. 1 (2017): 119.

¹⁸ Handi Irawan, *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Pradnya Paramitha, 2008), 45.

¹⁹ Hatane Samuel dan Julian Wibisono, “Brand Image, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya,” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13, no. 1 (2019): 29.

		<p><i>an immunity to the pull of the competition</i> (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan kompetisi)²⁰</p>	
--	--	--	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden tentang pribadinya atau hal-hal lain yang diketahui oleh responden²¹. Instrumen pengumpulan datanya disebut angket, sedangkan sumber datanya dinamakan responden. Kuesioner digunakan ketika responden memiliki kemandirian untuk mengisi kuesioner. Kuesioner dianggap dapat mewakili kehadiran peneliti, maka dari itu latar belakang responden dinilai sangat penting untuk penelitian.²² Metode kuesioner juga dapat digunakan jika jumlah responden dinilai cukup besar dan tersebar di seluruh wilayah yang luas.²³

Dilihat dari bentuk pertanyaannya, jenis kuesioner dibagi menjadi dua yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka adalah jenis kuesioner dengan cara peneliti membebaskan kepada responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pendapat responden itu sendiri. Sedangkan kuesioner tertutup adalah jenis kuesioner dengan cara responden harus menjawab pertanyaan atau penjelasan sesuai dengan tanggapan yang diberikan oleh peneliti²⁴. Dalam penelitian ini,

²⁰ Griffin, *Customer Loyalty*.

²¹ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Jember: Stain Jember Press, 2013), 184.

²² Syahrudin dan Salim, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), 135.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 199.

²⁴ Kumba Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Jakarta: Lpu_Unas, 2017), 48.

peneliti menggunakan jenis penelitian tertutup, yaitu dengan memberikan pertanyaan dan pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden sesuai dengan yang dirasakan.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur penilaian, wawasan, dan perspektif orang-orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah didefinisikan oleh peneliti di dalam penelitian, dan disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang akan ditaksir dijabarkan oleh skala likert menjadi indikator variabel, dan kemudian menggunakan indikator tersebut sebagai aturan dalam menyusun ukuran yang dapat berbentuk pertanyaan atau pernyataan.²⁵ Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert, memiliki tingkatan dari sangat positif sampai sangat negatif, dan dapat diwujudkan dengan kata-kata seperti: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju atau kata-kata lain yang serupa. Untuk keperluan dalam analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:²⁶

Tabel 3. 2
Jumlah Skor dalam Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Skala likert dapat disajikan secara *online* maupun *offline*. Secara *online* peyajian pertanyaan dapat menggunakan *google form*. Sedangkan secara *offline*, peneliti terlebih dahulu membuat pertanyaan untuk disebarkan kepada responden yang kemudian menjawab pertanyaan yang telah disediakan.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 134.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 93-94.

Instumen penelitian dalam skala likert dapat disajikan dalam bentuk pilihan ganda maupun bentuk *checklist*²⁷. Dari penjelasan dalam penelitian ini, dapat dilihat bahwa sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat langsung dari sumber data yang utama atau sumber pertama²⁸. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam pengumpulan data.

2. Studi Pustaka

Selain kuesioner, peneliti juga menggunakan studi pustaka sebagai salah satu cara untuk mengumpulkan data. Studi pustaka merupakan pengambilan data dari penelitian sebelumnya. Data-data tersebut diambil dari jurnal, buku, maupun artikel sejenis yang sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan. Data yang didapat dikatakan sebagai data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dan disimpan oleh orang lain yang biasanya berupa data masa lalu.²⁹

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis yang digunakan untuk memberikan gambaran data-data hasil penelitian.³⁰ Subjek dalam penelitian ini yaitu konsumen Zakiyah Kaftan yang telah melakukan pembelian ulang produk. Adapun data-data yang ditampilkan dalam analisis deskriptif meliputi jumlah responden, jenis kelamin, dan usia.

Tabel 3. 3
Data Subjek Penelitian

Jenis Kelamin	Usia	Jumlah
Perempuan	<17 tahun	18
Perempuan	17-25 tahun	33
Perempuan	26-35 tahun	27

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta Bandung 2016), 135.

²⁸ Eni Radjab dan Andi Jam'an, *Metode Penelitian Bisnis* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 10.

²⁹ Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi Dan Akademisi* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 119.

³⁰ Ali Mulyawan dan Iwan Sidharta, "Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di STMIK Mardira Indonesia Bandung," *Journal Computech & Bisnis* 7 (2013): 49.

Perempuan	>35 tahun	20
Total		98

Sumber: wawancara oleh penulis

2. SEM-PLS

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM-PLS atau *Structural Equation Model Partial Least Squares* menggunakan *software* SMART PLS. Pada dasarnya, SEM merupakan model persamaan regresi yang lebih kompleks. Di dalamnya, terdapat tiga pendekatan analisis yaitu analisis regresi, analisis faktor dan analisis jalur. Secara umum, SEM terdiri dari dua konsep yaitu CB-SEM (*Covariance Based Structural Equation Modeling*) dan VB-SEM (*Variance Based Structural Equation Modeling*). SEM dikatakan sebagai metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar variabel, baik secara langsung maupun tidak langsung secara lebih kompleks.³¹ SEM banyak digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang berhubungan dengan aspek model pengukuran dan model struktural.³²

Adapun PLS merupakan sebuah metode analisis SEM dengan pendekatan VB-SEM (*Variance Based-Structural Equation Modeling*), yang lebih bersifat *predictive model*. Pendekatan VB-SEM memiliki tujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat ada tidaknya hubungan atau pengaruh antar konstruk tersebut.³³ Analisis PLS (*Partial Least Square*) merupakan teknik statistik multivarian yang membandingkan antara variabel dependen dan variabel independen.³⁴ Pada dasarnya PLS dikembangkan untuk menguji teori yang lemah dan data yang lemah seperti jumlah sampel yang kecil atau ketika terdapat masalah normalitas data. PLS adalah metode analisis yang sering juga disebut *soft modeling*, karena tidak menggunakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Squares*) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara *multivariate* serta tidak adanya masalah multikolinearitas

³¹ Syahrir, dkk., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), 51-59.

³² Nagian Toni dan Leny Anggara, *Analisis Partial Least Square*, (2021), 27.

³³ Syahrir, dkk., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), 64-65.

³⁴ Nagian Toni dan Leny Anggara, *Analisis Partial Least Square*, (2021), 27.

antar variabel eksogen.³⁵ Dalam SEM-PLS jumlah data yang diukur relatif kecil yaitu berkisar antara 30 sampai 100 sampel.³⁶

a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran menunjukkan representasi variabel laten oleh variabel yang diamati untuk diukur. Kemudian untuk menjamin keabsahan dan kekonsistenan hasil pengukurannya, maka dilakukan pengujian terkait validitas dan reliabilitas instrumen yang diteliti. Berikut kriteria pengujian yang dilakukan dalam *software* PLS:

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid.³⁷ Menurut Ghozali, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Terdapat dua uji validitas yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan.

a) Validitas Konvergen / *Convergent Validity*

Uji validitas konvergen pada PLS dengan indikator reflektif didasarkan pada *loading factor*, yaitu nilai yang menggambarkan besarnya proporsi keragaman suatu data variabel yang dapat dijelaskan melalui indikator yang mengukur variabel tersebut. Variabel penelitian dianggap memenuhi validitas konvergen jika memiliki nilai *loading factor* >0,7 serta memiliki nilai AVE >0,5.³⁸ AVE (*Average Variance Extracted*) merupakan banyaknya varians yang dapat ditangkap oleh konstruksinya dibandingkan dengan varians yang

³⁵ Imam Ghozali, *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2015), 3-5.

³⁶ Syahrir, dkk., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), 59.

³⁷ Ninda Miftahul Janna, *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS* (Makassar: Stai Darul Dakwah Walisyad, 2021), 2.

³⁸ Olivia Dinar Oktadiani dan Nur Laily, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo Di Tunjungan Plaza Mall," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9, no. 1 (2020): 9.

ditimbulkan oleh kesalahan pengukuran. Atau menjelaskan bahwa satu variabel mampu menjelaskan lebih dari setengah varian indikatornya dalam rata-rata.³⁹

b) Validitas Diskriminan / *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan tujuan memastikan konsep dari setiap variabel berbeda dengan variabel lainnya. Validitas diskriminan memiliki hubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur variabel yang berbeda seharusnya tidak memiliki hubungan yang tinggi. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan:

- (1) Melihat nilai *cross loading* setiap variabel yang harus bernilai >0.7 .
- (2) Membandingkan nilai \sqrt{AVE} setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Model dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai \sqrt{AVE} tiap konstruk lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk lainnya. Hal ini sesuai dengan *Fornell-Larcker Criterion Value* atau kriteria Fornell-Larcker.⁴⁰
- (3) Melihat nilai HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*) untuk mendukung *cross loading* dan kriteria Fornell-Larcker yang menurut beberapa ahli kurang sensitif dalam menilai validitas diskriminan. Nilai HTMT harus $<0,9$.⁴¹

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diartikan dengan dapat dipercaya, yang berarti instrumen penelitian dapat

³⁹ Setiawan dan Hasbi Assidiki Mauluddi, "Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Kota Bandung," *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2019): 239.

⁴⁰ Imam Ghozali dan Hengky Latan, *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2015), 74.

⁴¹ Syahrir, dkk., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), 85.

diandalkan sebagai alat ukur dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data karena instrumen tersebut dianggap unggul⁴². Indikator dianggap reliabel jika nilai *outer loading* tiap indikator $>0,7$. Uji reliabilitas juga digunakan untuk mengetahui konsistensi suatu instrumen, yaitu instrumen tersebut tetap konsisten ketika pengukurannya diulang. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika memberikan hasil yang stabil pada banyak pengukuran.⁴³ Uji reliabilitas pada SEM-PLS dapat dilihat dari hasil nilai *cronbach's alpha* serta *composite reliability*.⁴⁴ jika nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach's alpha* $>0,7$, maka indikator dianggap memiliki reliabilitas yang baik.⁴⁵

b. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau *inner model* menunjukkan hubungan antar variabel laten dalam suatu penelitian.⁴⁶ Terdapat lima kriteria untuk mengukur model struktural:

- 1) Melihat nilai R^2 (koefisien determinasi) untuk mengetahui seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai R^2 0,75 berarti model kuat, 0,50 berarti model moderat dan 0,25 berarti model lemah.
- 2) Melihat nilai f^2 (*effect size*) untuk mengetahui ada/tidaknya hubungan yang signifikan antar variabel. Nilai f^2 0,02 berarti tidak terdapat hubungan, 0,02 berarti terdapat signifikansi yang kecil, 0,15 berarti terdapat signifikansi sedang dan 0,35 berarti terdapat signifikansi besar.

⁴² Dahlan Thalib, *Membangun Motivasi Belajar Dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional Dan Spiritual* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2019), 36.

⁴³ Ninda Miftahul Janna, *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*, (Makassar: Stai Darul Dakwah Walirsyad: 2021): 7.

⁴⁴ Imam Ghozali dan Hengky Latan, *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2015), 75.

⁴⁵ Syahrir, dkk., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), 84.

⁴⁶ Imam Ghozali dan Hengky Latan, *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2015), 10.

- 3) Melihat nilai *Path Coefisien* atau koefisien jalur untuk melihat hubungan antar konstruk. Nilai *path coefisien* berada di antara -1 sampai dengan 1. Semakin mendekati -1 maka hubungan dikatakan negatif, dan semakin mendekati 1 maka hubungan dikatakan positif.⁴⁷

c. Model Fit

Model fit adalah indikator kecocokan suatu model. Di sini digunakan *absolute fit measure*, yaitu penentu seberapa baik suatu model cocok dengan datanya. Serta dapat menunjukkan model mana yang memiliki kecocokan paling tinggi. Model fit dapat dianggap cocok jika nilai SRMR < 0,08.⁴⁸

d. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah dalam penelitian. Hipotesis dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang diberikan masih didasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh dari data penelitian. Untuk mengetahui hipotesis yang diberikan sesuai dengan penelitian atau tidak, maka dilakukan uji hipotesis.⁴⁹ Uji hipotesis dapat dilihat melalui *resampling bootstrapping* yang menghasilkan nilai t-statistik. Nilai t-statistik tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai t-tabel. Jika nilai t-statistik < t-tabel, maka hipotesis ditolak. Sedangkan jika nilai t-statistik > t-tabel, maka hipotesis diterima.⁵⁰ Selain itu, untuk menguji hipotesis juga dapat dilakukan dengan melihat nilai p *value* yang dibandingkan dengan nilai alpha sebesar 0,05. Jika nilai p *value* > nilai alpha, maka hipotesis ditolak, sebaliknya jika nilai p *value* < nilai alpha, maka hipotesis diterima.⁵¹

⁴⁷ Syahrir, dkk., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), 76-77.

⁴⁸ Syahrir, dkk., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), 78.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2016), 96.

⁵⁰ Syahrir, dkk., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020), 80.

⁵¹ Umi Narimawati, dkk., *Ragam Analisis Dalam Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020), 45.