

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk memvalidasi hipotesis dengan mengukur variabel penelitian dalam bentuk numerik dan menganalisis hasilnya menggunakan alat statistik.¹ Metode kuantitatif digunakan untuk melakukan penelitian terhadap populasi atau sampel yang telah ditetapkan sebelumnya, dimana data dikumpulkan dengan perangkat penelitian dan diolah dengan menggunakan teknik kuantitatif atau statistik. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mengevaluasi asumsi-asumsi yang telah dikembangkan sebelumnya.²

Studi ini bersifat deskriptif dan menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan kepada muslim generasi Z di Jawa Tengah. Tujuan dari survei deskriptif adalah untuk melakukan pengukuran yang teliti terhadap fenomena yang spesifik. Penelitian ini terdiri dari lima variabel yang terdiri dari tiga variabel bebas yaitu pengetahuan halal (X1), pemasaran digital (X2), dan persepsi label halal (X3), satu variabel terikat yaitu minat beli kosmetik halal (Y), serta satu variabel mediasi yaitu sikap atas produk kosmetik halal (Z). Suatu penelitian bermaksud untuk menyajikan gambaran yang baru atau penjelasan yang terstruktur, objektif, dan tepat mengenai kenyataan, karakteristik, serta interaksi antara fenomena yang hendak diteliti. Berdasarkan hal tersebut pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan halal, pemasaran digital, dan persepsi label halal berpengaruh terhadap minat beli kosmetik halal dimediasi sikap atas produk kosmetik halal.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi mengacu pada sejauh mana generalisasi yang mencakup item atau orang yang memiliki fitur dan karakteristik tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti sebagai topik utama penelitian, yang kemudian diambil kesimpulan yang relevan. Populasi tidak hanya mencakup jumlah orang dalam

¹ Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 26.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2013, 8.

entitas atau topik yang diteliti, namun juga mencakup semua kualitas dan fitur yang dimiliki oleh setiap individu atau item.³ Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan populasi yaitu wanita muslim yang berdomisili di Jawa Tengah dan dikategorikan masuk dalam lingkup generasi Z.

2. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian yang mewakili sebagian dari keseluruhan populasi, termasuk jumlah dan ciri-cirinya. Ketika ukuran populasi sangat luas dan peneliti tidak dapat menyelidiki setiap individu dalam populasi, mereka dapat menggunakan sampel yang secara akurat mencerminkan ciri-ciri populasi.⁴

Penelitian ini menggunakan strategi *non-probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu.⁵ Metode *purposive sampling* digunakan dalam menentukan sampel yang dianggap representatif dan sesuai kriteria peneliti. Adapun sampel pada penelitian ini memiliki beberapa pertimbangan, yaitu:

- a. Wanita muslim berdomisili di Jawa Tengah
- b. Masuk dalam kategori generasi Z (usia 15-26 tahun)
- c. Memiliki minat terhadap kosmetik halal

Jumlah populasi yang tepat untuk penelitian ini tidak diketahui secara pasti, oleh karena itu jumlah sampel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Cochran.⁶

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), dalam penelitian ini menggunakan 10%

n = Jumlah sampel yang diperlukan

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

³ Sugiyono, 80.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 127.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2013, 85.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2019, 136.

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

Sehingga dapat ditarik hasil jumlah sampel adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Ukuran sampel untuk penelitian ini awalnya adalah 96,04, namun dibulatkan menjadi 100 orang.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah kualitas, fitur, atau nilai yang dimiliki orang, benda, atau aktivitas. Variabel-variabel tersebut mengalami fluktuasi yang peneliti jelajahi dan evaluasi untuk menarik kesimpulan.⁷ Faktor-faktor dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut:

1. Variabel bebas, kadang disebut variabel independen, stimulus, prediktor, atau anteseden, adalah faktor-faktor yang memberikan pengaruh atau berperan sebagai penyebab perubahan atau munculnya variabel terikat.⁸ Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan halal (X1), pemasaran digital (X2), dan persepsi label halal (X3).
2. Variabel terikat, yang sering juga disebut dengan variabel dependen, keluaran, kriteria, atau akibat, adalah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan sebagai akibat dari variabel bebas tersebut.⁹ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli kosmetik halal (Y).
3. Variabel intervening, sering disebut sebagai variabel mediasi, adalah variabel teoritis yang mengubah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga menimbulkan hubungan tidak langsung yang tidak dapat dilihat atau dinilai secara langsung. Variabel ini berfungsi sebagai perantara antara variabel independen dan dependen, sehingga mencegah pengaruh langsung variabel independen terhadap perubahan atau pembentukan variabel dependen.¹⁰ Variabel

⁷ Sugiyono, 68.

⁸ Sugiyono, 69.

⁹ Sugiyono, 69.

¹⁰ Sugiyono, 70.

intervening dalam penelitian ini adalah sikap atas produk kosmetik halal (Z).

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional suatu variabel adalah gambaran jelas tentang proses atau aktivitas spesifik yang perlu dilakukan untuk mengumpulkan data atau indikator yang mewakili variabel secara akurat.¹¹ Tabel di bawah ini menampilkan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penyelidikan ini.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Data
1.	Pengetahuan halal (X1)	Fakta, emosi, pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan yang diperoleh dari pemahaman teoritis atau praktis suatu subjek. ¹²	1) Pemahaman tentang halal dan haram. 2) Pengetahuan tentang larangan konsumsi dalam Islam. 3) Pengetahuan untuk membedakan yang diperbolehkan dan dilarang. 4) Pemahaman mengenai sertifikasi halal. ¹³	Primer
2.	Pemasaran digital (X2)	Teknologi yang memanfaatkan internet untuk menghubungkan komunikasi dua arah antara	1) Akses informasi produk melalui platform pemasaran	Primer

¹¹ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2015), 101.

¹² Abd Rahman, Asrarhaghghi, dan Ab Rahman, "Consumers and Halal Cosmetic Products," 151.

¹³ Abd Rahman, Asrarhaghghi, dan Ab Rahman, 155.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Data
		penjual dengan pembeli. ¹⁴	digital. 2) Kemudahan menemukan produk melalui mesin pencarian internet. 3) Ketertarikan untuk berbelanja di platform pemasaran digital. 4) Pemasaran digital membantu konsumen dalam memperoleh informasi produk. ¹⁵	
3.	Persepsi label halal (X3)	Cara seseorang memandang dan bereaksi terhadap lingkungan sekitarnya. ¹⁶	1) Pentingnya konsumsi produk halal. 2) Pentingnya label halal pada kosmetik. 3) Penggunaan kosmetik tanpa label halal. 4) Produk tanpa label halal	Primer

¹⁴ Izzah Nur Masyithoh dan Ivo Novitaningtyas, “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia,” 113.

¹⁵ Izzah Nur Masyithoh dan Ivo Novitaningtyas, 117.

¹⁶ Niswah, “Hubungan Persepsi dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Tanpa Label Halal,” 51.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Data
			belum tentu haram. 5) Pentingnya komposisi kosmetik. 6) Pentingnya No. BPOM dalam kosmetik. ¹⁷	
4.	Minat beli kosmetik halal (Y)	Perilaku konsumen terhadap suatu produk yang mencerminkan niat konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut. ¹⁸	1) Kesiediaan untuk membayar produk. 2) Kesiediaan menunggu untuk membeli produk. 3) Kesiediaan berkeliling untuk membeli produk. 4) Kesiediaan melakukan perjalanan jauh untuk membeli produk. 5) Keinginan untuk membeli produk di kemudian hari. ¹⁹	Primer

¹⁷ Niswah, 55.

¹⁸ Abd Rahman, Asrarhaghghi, dan Ab Rahman, "Consumers and Halal Cosmetic Products," 152.

¹⁹ Abd Rahman, Asrarhaghghi, dan Ab Rahman, 155.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Data
5.	Sikap atas produk kosmetik halal (Z)	Perilaku seseorang terhadap suatu produk yang mencerminkan perasaan suka atau tidak suka. ²⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pemilihan produk kosmetik halal. 2) Mencari label halal ketika pembelian kosmetik. 3) Pentingnya produk kosmetik halal. 4) Pilihan individu dalam menggunakan produk kosmetik halal.²¹ 	Primer

E. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumber data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner. Survei adalah serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada individu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan mengumpulkan informasi yang diperlukan.²² Kuesioner dapat mencakup pertanyaan atau pernyataan yang dapat ditanggapi secara pribadi atau umum, dan dapat dikirimkan kepada peserta baik secara langsung, melalui surat, atau melalui platform online. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah yang bersifat tertutup, yang berarti jawaban untuk kuesioner tersebut sudah disediakan.²³

²⁰ Abd Rahman, Asrarhaghghi, dan Ab Rahman, 150.

²¹ Abd Rahman, Asrarhaghghi, dan Ab Rahman, 155.

²² Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, 159.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2019, 201.

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai alat ukur untuk menilai sikap, cara pandang, dan persepsi individu atau kelompok terhadap permasalahan sosial yang diteliti.²⁴ Dalam pengukuran beberapa aspek tersebut, responden diharuskan menjawab pertanyaan maupun pernyataan yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian yang masing-masing memiliki skor tersendiri. Selanjutnya dilakukan perhitungan pada perolehan skor dengan kriteria sebagai berikut:

Sangat setuju	: 5
Setuju	: 4
Netral	: 3
Tidak setuju	: 2
Sangat tidak setuju	: 1

F. Teknik Analisis Data

Data akan dianalisis dengan mengurai hasil kuesioner yang telah diproses, baik melalui analisis deskriptif maupun analisis kuantitatif.

1. Analisis Deskriptif

Bagian ini akan mengulas distribusi tanggapan dari responden terhadap keseluruhan konsep yang diukur. Melalui distribusi tanggapan tersebut, akan teridentifikasi kecenderungan dari semua tanggapan yang diberikan. Untuk memahami kecenderungan tanggapan dari setiap variabel, akan dilakukan analisis menggunakan nilai rata-rata skor dan pengelompokkan setiap pertanyaan ke dalam rentang skor sesuai dengan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Analisis Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan evaluasi terhadap konsep dan hubungan antara variabel-variabel diterapkan melalui pendekatan multivariat *Structural Equation Modeling* (SEM)-PLS. SEM adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi dan menentukan hubungan sebab-akibat dengan menggabungkan analisis faktor dan analisis jalur.²⁵ PLS (*Partial Least Squares*) adalah komponen atau opsi yang disertakan dalam SEM. Analisis PLS merupakan metode statistik multivariat yang membandingkan variabel dependen berganda

²⁴ Sugiyono, 146.

²⁵ Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono, *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: ANDI, 2015), 140.

dengan variabel independen berganda. PLS merupakan salah satu pendekatan statistik berbasis varian dalam SEM yang dirancang untuk menangani regresi berganda dalam situasi tertentu, seperti jumlah sampel penelitian yang terbatas, kehadiran data yang tidak lengkap, dan masalah multikolinearitas.²⁶

PLS merupakan sebuah analisis persamaan struktural (SEM) yang mengandalkan pendekatan varian, yang mampu secara bersamaan menguji model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran dimanfaatkan untuk menguji validitas dan reliabilitas, sementara model struktural digunakan untuk menguji kausalitas dan menguji hipotesis melalui model prediksi.²⁷

a. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen.

1) Uji Validitas

Validitas konstruk mencerminkan sejauh mana hasil yang didapatkan dari penggunaan suatu alat ukur sesuai dengan teori-teori yang merumuskan konstruk tersebut. Validitas konstruk dibagi menjadi dua aspek utama, yakni validitas konvergen dan validitas diskriminan.²⁸

a) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen dalam model pengukuran dengan indikator reflektif dinilai melalui korelasi antara skor item atau skor komponen dengan skor konstruk yang diestimasi menggunakan metode PLS (*Partial Least Squares*). Korelasi yang tinggi antara skor individual reflektif dan skor konstruk, yang biasanya melebihi 0,70, menunjukkan tingkat validitas konvergen yang cukup. Namun, dalam penelitian tahap awal pengembangan skala pengukuran, nilai loading antara 0,50 hingga 0,60 dianggap cukup.²⁹ Selain mengevaluasi *loading*

²⁶ Abdillah dan Hartono, 161.

²⁷ Abdillah dan Hartono, 164.

²⁸ Abdillah dan Hartono, 194.

²⁹ Imam Ghazali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014), 39.

factor, validitas konvergen juga dinilai dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang diharapkan melebihi 0,50.³⁰

b) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan dari model pengukuran dengan indikator reflektif dievaluasi melalui *cross-loading* antara pengukuran dan konstruk. Jika korelasi antara konstruk dan item pengukuran lebih besar daripada korelasi antara konstruk lainnya, itu menunjukkan bahwa konstruk tersebut lebih baik dalam memprediksi varians dalam bloknya sendiri daripada di blok lainnya. Pendekatan lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat rata-rata varians diekstraksi (AVE) dari setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya dalam model, maka itu menunjukkan adanya validitas diskriminan yang memadai. Berikut rumus menghitung AVE.³¹

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i \text{var}(\epsilon_i)}$$

Keterangan:

λ_i = *component loading* ke indikator

$\text{var}(\epsilon_i)$ = $1 - (\lambda_i^2)$

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas mencerminkan tingkat ketepatan, konsistensi, dan akurasi suatu instrumen pengukuran. Dalam PLS, uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan dua pendekatan, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Namun, *composite reliability* dianggap lebih unggul dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk.³²

³⁰ Abdillah dan Hartono, *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, 195.

³¹ Ghazali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, 40.

³² Abdillah dan Hartono, *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, 196.

Composite reliability dari kumpulan indikator yang mengukur suatu konstruk dapat dinilai dengan dua metode, yaitu konsistensi internal yang dikembangkan oleh Werts, Linn, dan Joreskog pada tahun 1974, serta Cronbach's Alpha. Dengan memanfaatkan output yang dihasilkan oleh PLS, composite reliability dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\rho_c = \frac{\sum \lambda_i^2 \rho_c}{\sum \lambda_i^2 + \sum \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Keterangan:

λ_i = *component loading* ke indikator

$\text{var}(\varepsilon_i)$ = $1 - (\lambda_i^2)$

Dibandingkan dengan *Cronbach Alpha*, metode ini tidak mengandaikan kesetaraan antara pengukuran dengan anggapan bahwa semua indikator memiliki bobot yang sama, sehingga *Cronbach Alpha* cenderung memberikan estimasi keandalan batas yang lebih rendah, sementara ρ_c lebih mendekati perkiraan yang akurat dengan anggapan bahwa parameter yang diestimasi adalah tepat. ρ_c sebagai ukuran konsistensi internal hanya dapat diterapkan pada konstruk dengan indikator reflektif.³³ Jika nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,7 dan *composite reliability* lebih dari 0,7 maka reliabilitas indikator dan konstruk dapat dikatakan baik.³⁴

3) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari pengujian model regresi adalah untuk menentukan apakah terdapat korelasi di antara variabel independen (variabel bebas) atau tidak. Jika ada korelasi yang terjadi, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen akan menurun, meskipun nilai F model secara keseluruhan menunjukkan tingkat signifikansi yang tinggi. Dampak dari hal ini adalah bahwa pengujian koefisien nol tidak akan menolak hipotesis nol, meskipun variabel tersebut sebenarnya memiliki peran yang signifikan. Oleh

³³ Ghazali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, 40.

³⁴ Ali Muhson, *Analisis Statistik dengan SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling* (Yogyakarta: Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta, 2022), 3.

karena itu, dalam sebuah model regresi yang baik, multikolinearitas tidak boleh terjadi.³⁵ Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat digunakan untuk menguji hal tersebut. Jika nilai VIF diatas 10 mengindikasikan terdapat multikolinearitas.³⁶

b. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

1) Nilai R-square

Dalam evaluasi model struktural menggunakan PLS, *R-square* digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi dari setiap variabel laten endogen dalam model struktural. Nilai *R-square* sebesar 0,67 menandakan model yang kuat, nilai 0,33 menunjukkan model yang sedang, sementara nilai 0,19 menunjukkan model yang lemah. Hasil *R-square* dari PLS mencerminkan jumlah varians dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Perhitungan *R-square* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus di bawah ini.

$$R - square = 1 - \frac{SS\ Error}{SS\ Total} = 1 - \frac{\sum (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2}$$

Keterangan:

y_i = observasi respon ke-i

\bar{y} = rata-rata

\hat{y}_i = ramalan respon ke-i

Perubahan dalam nilai *R-square* dapat dipakai sebagai alat untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh yang dimiliki oleh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen, apakah pengaruhnya bersifat substantif atau tidak.

2) Nilai f-square

F-square adalah nilai yang digunakan untuk menguji signifikansi efek dari pengaruh suatu variabel, dan perhitungannya dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut.

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

Keterangan:

$R^2\ included$ = Nilai R yang diperoleh ketika konstruk eksogen dimasukkan ke model

³⁵ Citra Savitri dkk., *Statistik Multivariat Dalam Riset* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 4.

³⁶ Ghazali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, 43.

$R^2_{excluded}$ = Nilai R yang diperoleh ketika konstruk endogen dikeluarkan dari model

$R^2_{included}$ dan $R^2_{excluded}$ merujuk pada nilai R -square dari variabel laten dependen ketika prediktor variabel laten dimasukkan atau dihapus dari persamaan struktural. Nilai f^2 sama dengan 0.02, 0.15, dan 0.35 dapat diinterpretasikan bahwa prediktor variabel laten memiliki pengaruh kecil, sedang, dan kuat pada level struktural.

3) Nilai Q -Square Predictive Relevance

Evaluasi model PLS juga melibatkan peninjauan Q -square predictive relevance untuk model konstruk. Q -square mengindikasikan seberapa efektif nilai observasi yang dihasilkan oleh model sejalan dengan estimasi parameter. Ketika nilai Q -square melebihi 0 (nol), hal ini menunjukkan bahwa model memiliki tingkat *predictive relevance* yang baik, sementara jika nilai Q -square kurang dari 0 (nol), model tersebut memiliki *predictive relevance* yang kurang optimal.³⁷ Nilai *predictive relevance* diperoleh dengan rumus sebagai berikut.

$$Q_2 = 1 - (1 - R^1_2) \times (1 - R^2_2) \dots (1 - R^n_2)$$

Dimana nilai $R^1_2, R^2_2 \dots R^n_2$ adalah nilai R -Square variabel endogen dalam model.³⁸

c. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat dari hubungan langsung (*direct effect*), hubungan tidak langsung (*indirect effect*), dan hubungan total (*total effect*).³⁹

1) Hubungan Langsung (*Direct Effect*)

Analisis *direct effect* memiliki tujuan untuk menguji hipotesis tentang dampak langsung dari suatu variabel yang memengaruhi variabel lainnya.⁴⁰ Dalam

³⁷ Ghazali, 41–42.

³⁸ Binus University, “Memahami Predictive Relevance (Q2) dalam Smart PLS dalam Penelitian Ilmiah,” Accounting Program School of Accounting, 12 Agustus 2021, diakses 20 Februari 2024, <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-predictive-relevance-q2-dalam-smart-pls-dalam-penelitian-ilmiah/>.

³⁹ Dedi Rianto Rahadi, *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Tasikmalaya: CV Lentera Ilmu Madani, 2023), 124.

⁴⁰ Azuar Juliandi, *Modul Pelatihan Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS* (Batam: Universitas Batam, 2018), 85.

analisis PLS SEM, istilah yang digunakan untuk nilai *direct effect* ini adalah *path coefficient*.

Selanjutnya, dilakukan pengukuran *path coefficient* antara konstruk untuk mengevaluasi signifikansi dan kekuatan hubungan serta untuk menguji hipotesis. Nilai *path coefficient* berkisar dari -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, hubungan antara kedua konstruk menjadi lebih kuat.⁴¹ Jika nilai *path coefficient* positif, maka hubungan antara variabel tersebut adalah searah; ketika nilai variabel eksogen meningkat, nilai variabel endogen juga meningkat.⁴² Sebaliknya, nilai yang mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif.⁴³ Jika nilai *path coefficient* adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap adalah berlawanan arah, jika nilai suatu variabel eksogen meningkat/naik, maka nilai variabel endogen menurun.

Nilai probabilitas atau signifikansi dapat ditentukan dari nilai *P-Value*. Jika nilai *P-Value* < 0,05, itu menunjukkan bahwa hasilnya signifikan; sebaliknya, jika nilai *P-Value* > 0,05, maka hasilnya tidak signifikan.⁴⁴

2) Hubungan Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Analisis efek tidak langsung digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh tidak langsung dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen yang dimediasi oleh variabel mediator. Jika nilai *P-Value* < 0,05, ini menunjukkan signifikansi, yang berarti variabel mediator memediasi pengaruh dari variabel eksogen ke variabel endogen. Dengan kata lain, pengaruhnya bersifat tidak langsung. Namun, jika nilai *P-Value* > 0,05, maka tidak signifikan, yang berarti variabel mediator tidak memediasi pengaruh dari

⁴¹ Rahadi, *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 126.

⁴² Juliandi, *Modul Pelatihan Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*, 85.

⁴³ Rahadi, *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 126.

⁴⁴ Juliandi, *Modul Pelatihan Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*, 85.

variabel eksogen ke variabel endogen, dan pengaruhnya bersifat langsung.⁴⁵

3) **Hubungan Total (*Total Effect*)**

Hubungan total mencakup jumlah dari keterkaitan yang terjadi secara langsung dan tidak langsung antara variabel-variabel tersebut.⁴⁶



⁴⁵ Juliandi, 88.

⁴⁶ Juliandi, 91.