

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dapat disebut juga dengan pendekatan konfirmatif, artinya pendekatan ini cocok digunakan untuk penelitian yang memerlukan adanya pembuktian atau konfirmasi. Data pada pendekatan penelitian ini berupa angka-angka dan analisis datanya diperlukan adanya statistik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survei. Metode penelitian survei merupakan metode penelitian yang memerlukan data yang berasal dari suatu sampel tertentu sehingga dapat menemukan adanya kejadian yang bersifat relatif, distribusi, serta hubungan masing-masing variabel. Proses penelitian dimulai dari berpikir deduktif yang mana dalam menjawab rumusan masalah diperlukan adanya konsep atau teori guna merumuskan hipotesis yang kemudian dilakukan verifikasi dengan mengumpulkan data, selanjutnya hipotesis tersebut diuji dengan menggunakan statistik dan terakhir membuat kesimpulan atas hasil dari pengujian hipotesis.¹ Dengan adanya tujuan penelitian yang sudah ditetapkan, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian eksplanasi atau penelitian penjelasan. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan kedudukan dan hubungan antar variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis.²

Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei dan jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian eksplanasi. Penelitian ini menguji hipotesis variabel independen keterlibatan fesyen (X1), promosi Islami (X2) terhadap variabel dependen pembelian impulsif (Y) melalui variabel intervening emosi positif (Z).

¹ Sugiyono, *METODE PENELITIAN BISNIS*, 3 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017), 23-24.

² Aprilia Hermawati, "PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, PELAYANAN FISKUS DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WPOP YANG MELAKUKAN KEGIATAN USAHA DAN PEKERJAAN BEBAS (Studi di KPP Sukomanunggal Surabaya)," *Jurnal Mitra Manajemen* 5, no. 8 (2022): 536, <https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i8.564>.

B. Setting Penelitian

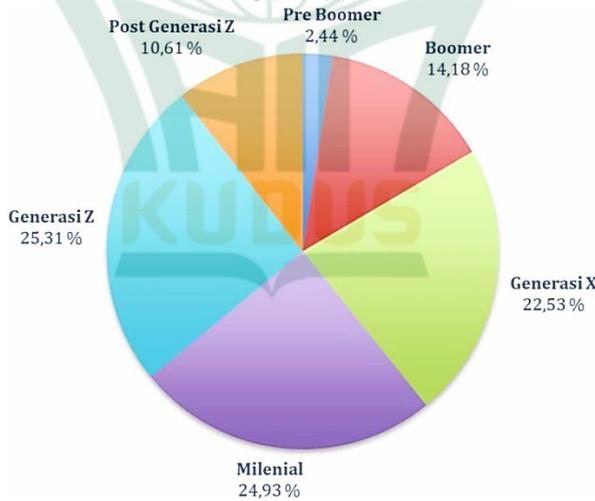
Gambar 3.1 Peta Administratif Jawa Tengah



Sumber: www.wikipedia.org

Setting penelitian ini adalah di provinsi Jawa Tengah. Provinsi Jawa Tengah berada pada letak astronomis 5°40' - 8°30' Lintang Selatan dan antara 108°30' - 111°30' Bujur Timur. Provinsi Jawa Tengah memiliki luas 34.337 km² yang terdiri dari 39 kabupaten dan 6 kota.

Gambar 3.2 Komposisi Penduduk Provinsi Jawa Tengah Menurut Generasi



Sumber: www.dinkesjatengprov.go.id

Berdasarkan keadaan demografi, penduduk Jawa Tengah didominasi oleh generasi Z dengan presentase 25,31%. Jawa Tengah dipilih sebagai lokasi penelitian karena banyaknya generasi Z yang

mendominasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan diperkirakan berusia 11 sampai 26 tahun sehingga cocok dengan objek pada penelitian ini yang berkaitan dengan pembelian impulsif produk fesyen generasi Z. Riset akan dilakukan pada bulan Desember 2023. Namun apabila terdapat kurangnya informasi, maka riset akan dilakukan perpanjangan.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan cakupan seluruh elemen pada wilayah generalisasi yang telah ditetapkan oleh peneliti yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai tingkatan dan kriteria yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajari dan menarik kesimpulan.³ Populasi pada penelitian ini yaitu generasi Z yang berdomisili di provinsi Jawa Tengah.

Sampel merupakan bagian dari sejumlah tertentu yang mempunyai ciri-ciri dari populasi. Dalam mengambil sampel dari suatu populasi harus benar-benar representatif, apabila sampel yang diambil tidak bersifat mewakili maka akan terjadi kesalahan dalam membuat kesimpulan penelitian.⁴ Teknik sampling dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel menggunakan beberapa pertimbangan tertentu.⁵ Berikut kriteria dalam penentuan sampel penelitian ini:

- Seseorang berusia 11 – 26 tahun yang mana usia tersebut termasuk kategori generasi Z baik laki-laki atau perempuan.
- Berdomisili di wilayah Jawa Tengah.
- Merupakan konsumen produk fesyen.
- Menggunakan *e-commerce*.

Karena besarnya anggota populasi tidak diketahui secara pasti, maka besarnya sampel ditentukan berdasarkan perhitungan menggunakan rumus *Cochran* sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p q n}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

³ Sugiyono, *METODE PENELITIAN BISNIS*, 3 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017), 136.

⁴ Sugiyono, *METODE PENELITIAN BISNIS*, 3 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017), 137.

⁵ Sugiyono, *METODE PENELITIAN BISNIS*, 3 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017), 144.

$$n = 96,04$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = tingkat kepercayaan 96%

e = tingkat kepercayaan 10%

p = proporsi 0,5

q = 1-p yaitu 0,5

Berdasarkan rumus di atas, diperoleh hasil perhitungan sebanyak 96,04 artinya jumlah responden yang akan diambil sebanyak 96,04 namun akan dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala bentuk yang ditetapkan peneliti yang kemudian dipelajari guna mendapat informasi dari hal tersebut sehingga dapat menarik kesimpulan.⁶ Berdasarkan pernyataan tersebut, maka variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Variabel independen (bebas), variabel ini merupakan variabel yang memengaruhi keberadaan variabel dependen (terikat).⁷ Variabel bebas pada penelitian ini yaitu keterlibatan fesyen (X1) dan promosi Islami (X2).
- b. Variabel dependen (terikat), variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau suatu bentuk akibat dari adanya variabel independen. Yang menjadi variabel terikat pada penelitian ini yaitu pembelian impulsif (Y).
- c. Variabel intervening (mediasi), merupakan variabel perantara yang letaknya diantara variabel independen dan dependen. Variabel intervening memengaruhi hubungan variabel independen dan dependen namun tidak dapat diukur.⁸ Variabel intervening pada penelitian ini yaitu emosi positif (Z).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan definisi yang mempunyai satu arti dan diterima secara objektif apabila indikator tidak terlihat. Definisi operasional juga diartikan sebagai suatu definisi

⁶ Sugiyono, *METODE PENELITIAN BISNIS*, 3 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017), 66.

⁷ Sugiyono, *METODE PENELITIAN BISNIS*, 3 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017), 68.

⁸ Sugiyono, *METODE PENELITIAN BISNIS*, 3 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017), 70.

tentang variabel yang dalam perumusannya didasarkan pada karakteristik dari variabel yang digunakan.⁹ Agar tidak terdapat kesalahpahaman dalam pemaknaan judul, maka definisi operasional variabel pada penelitian ini ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1.	Keterlibatan Fesyen (X1)	Keterlibatan fesyen merupakan rasa ketertarikan seseorang terhadap produk fesyen agar lebih terlibat dalam segala hal yang berhubungan dengan produk fesyen dan seseorang merasa senang atas keterlibatannya tersebut sehingga mendorong adanya pembelian produk fesyen. ¹⁰	1) Fesyen terkini, yaitu memiliki satu atau lebih model pakaian dengan gaya terkini. 2) Berpenampilan rapi, merupakan aspek penting dari hidup dan kegiatan seseorang. 3) Berbelanja fesyen di toko khusus pakaian bukan di <i>department store</i> , lebih senang berbelanja produk fesyen di toko khusus menjual pakaian dibanding di <i>department store</i> . 4) Berpakaian karena fesyen bukan karena nyaman,	Rayyisa Nurul Haq, Acep Samsudin, dan Faizal Mulia Z (2019)

⁹ Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, dan Antonio Imanda, “PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI PT. JASARAHARJA PUTRA CABANG BENGKULU,” *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019): 44, <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>.

¹⁰ Dewi Noor Susanti dan Ayuni Permata Sari, “PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT,” *JURNAL EKONOMI DAN TEKNIK*

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
			yakni seseorang mengenakan pakaian karena kebutuhan fesyen bukan karena nyaman. ¹¹	
2.	Promosi Islami (X2)	Promosi Islami merupakan kegiatan menyampaikan informasi dengan benar terhadap barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. ¹²	1) Mengutamakan etika (akhlaq), yang artinya promosi harus senantiasa disertai etika bisnis Islam dengan memperhatikan norma yang berlaku. 2) Tidak adanya unsur penipuan (tadlis), artinya dalam melakukan promosi tidak diperbolehkan untuk menipu konsumen karena dapat menimbulkan kemudharatan. 3) Transparansi atau keterbukaan dalam melakukan kegiatan promosi,	Lia Indra Setiawan dan Asyhari (2020)

INFORMATIKA 9, no. 2 (2021): 63, <https://e-journal.polsa.ac.id/index.php/jneti/article/download/177/114>.

¹¹ Haq, Samsudin, dan Mulia Z, “Analisis Keterlibatan Fashion dan Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif pada Distro Platt Mars Cabang Kota Sukabumi,” 313.

¹² Lia Indra Setiawan dan Asyhari, “PENGARUH ISLAMIC PRODUCT QUALITY, DAN ISLAMIC PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN EXPERIENTIAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING,” *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA* 3, 2020, 912–13, <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/download/10531/4900>.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
			artinya demi kemaslahatan bersama maka transparansi ini sangat diperlukan untuk menunjang kegiatan jual beli. ¹³	
3.	Pembelian Impulsif (Y)	Pembelian impulsif yaitu pembelian yang dilakukan oleh konsumen yang mendapat stimulan baik dari dalam diri maupun luar sehingga timbul keinginan secara mendadak untuk membeli suatu produk atau jasa. ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1) Spontanitas, keadaan dimana konsumen membeli suatu barang atau jasa secara mendadak tanpa perencanaan terlebih dahulu 2) Tanpa memikirkan akibat, keadaan dimana konsumen melakukan pembelian tanpa didasari pemikiran akan konsekuensi atau akibat yang akan didapatkan dari adanya pembelian impulsif. 3) Secara terburu-buru, keadaan dimana konsumen merasa bahwa terburu-buru 	Adillia Nur Fadillah dkk (2021)

¹³ Lia Indra Setiawan dan Asyhari, "PENGARUH ISLAMIC PRODUCT QUALITY, DAN ISLAMIC PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN EXPERIENTIAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING," *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA 3*, 2020, 913, <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/download/10531/4900>.

¹⁴ Rania Femi Salsabila dan Ama Suyanto, "Analisis Faktor-Faktor Pembelian Impulsif pada E-commerce Kecantikan," *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 13, no. 1 (2022): 79, <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3568>.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
			dalam melakukan pembelian. 4) Terpengaruh oleh kondisi emosional, yang mana konsumen menilai bahwa ia melakukan pembelian dipengaruhi adanya kondisi emosionalnya. ¹⁵	
4.	Emosi Positif (Z)	Emosi positif diartikan sebagai suasana hati yang baik dan positif yang menentukan tingkat pengambilan keputusan seseorang. ¹⁶	1) Kepuasan hati, artinya konsumen merasa bahwa ia lebih terintegrasi dengan produk atau jasa. Kepuasan hati ini berupa perasaan senang yang muncul secara sadar setelah konsumen melakukan kegiatan belanja. 2) Kedamaian, artinya lingkungan sekitar yang damai akan memicu konsumen untuk melakukan pembelian dengan mengeluarkan uang lebih untuk	Markus Makkonen dkk (2019)

¹⁵ Adillia Nur Fadillah dkk., “Pengaruh direct marketing terhadap keputusan pembelian impulsif pizza hut delivery,” *Jurnal Manajemen* 13, no. 1 (2021): 3, journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN.

¹⁶ Achmad Choirul dan Yessy Artanti, “Millennials’s Impulse Buying Behaviour: Why Positive Emotion Does Not Mediate?,” *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura* 22, no. 2 (2019): 225, <https://doi.org/10.14414/jebav.v22i2.1738>.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
			produk atau jasa yang berbeda karena kedamaian memberikan rasa nyaman bagi konsumen. 3) Keyakinan, artinya konsumen merasa yakin terhadap barang. Ketika keyakinan konsumen meningkat maka minat pembelian pun semakin meningkat. 4) Kegembiraan, yang berupa kesenangan, kebahagiaan, serta antusias konsumen terhadap produk atau jasa sehingga memunculkan adanya rasa ingin berbelanja. ¹⁷	

Sumber: Data diolah, 2024

E. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

Peneliti melakukan pengujian keabsahan data yang didapatkan melalui uji validitas dan reliabilitas.

¹⁷ Markus Makkonen dkk., “The Effects of Positive and Negative Emotions During Online Shopping Episodes on Consumer Satisfaction, Repurchase Intention, and Recommendation Intention,” dalam *Humanizing Technology for a Sustainable Society* (32nd Bled eConference Humanizing Technology for a Sustainable Society, Bled, Slovenia, Conference Proceedings, University of Maribor Press, 2019), <https://doi.org/10.18690/978-961-286-280-0.49>.

1. Uji Validitas Instrumen

Data yang valid yaitu tidak ditemukannya perbedaan antara data yang dilaporkan peneliti dengan data di lapangan.¹⁸ Pengukuran validitas memuat pengujian mengenai seberapa baik nilai dari instrumen tersebut yang kemudian dikembangkan untuk mengukur penelitian. Semakin tinggi nilai instrumen maka semakin baik pula untuk mewakili pertanyaan dalam penelitian. Dalam mengukur validitas, dibutuhkan adanya pengujian hubungan antar variabel yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan.¹⁹

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas bertujuan mengukur konsistensi yang bersifat internal dari suatu alat ukur. Uji reliabilitas juga digunakan untuk membuktikan seberapa akurat, konsisten, dan efisien dari suatu instrumen dalam melakukan pengukuran. Pengukuran reliabilitas dengan SEM-PLS pada program SmartPLS dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.²⁰ Uji reliabilitas ini tidak dapat diterapkan pada model formatif dikarenakan masing-masing indikator dianggap tidak saling berhubungan atau bersifat independen.²¹

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang diberikan langsung kepada pengumpul data.²² Sedangkan teknik

¹⁸ Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, dan Antonio Imanda, "PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI PT. JASARAHARJA PUTRA CABANG BENGKULU," *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019): 45, <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>.

¹⁹ Alvian Danu Erliawan, "PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI MELALUI DISIPLIN KERJA PADA PEMERINTAH KABUPATEN JOMBANG," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, no. 8 (2022): 1336, <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.170>.

²⁰ Willy Abdillah, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 196.

²¹ Alvian Danu Erliawan, "PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI MELALUI DISIPLIN KERJA PADA PEMERINTAH KABUPATEN JOMBANG," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, no. 8 (2022): 1336, <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.170>.

²² Sugiyono, *METODE PENELITIAN BISNIS*, 3 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017), 219.

pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang memuat beberapa pertanyaan ataupun pernyataan yang dibuat berdasarkan indikator yang kemudian dijawab oleh responden. Kuesioner pada penelitian ini bersifat tertutup, yang mana pada kuesioner sudah disediakan jawaban alternatif sehingga responden hanya memilih saja. Metode kuesioner ini merupakan metode pokok yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dari responden mengenai pengaruh keterlibatan fesyen dan promosi Islami terhadap pembelian impulsif dengan mediasi emosi positif pada pengguna *e-commerce* dikalangan generasi Z provinsi Jawa Tengah. Pengumpulan data dilakukan dengan bantuan google forms dalam pembuatan pernyataan-pernyataan kuesioner yang kemudian link yang berisi kuesioner tersebut dibagikan secara online melalui sosial media dengan harapan responden yang memiliki kriteria yang sesuai bersedia untuk mengisi kuesioner tersebut.

Bentuk jawaban pada kuesioner berupa skala likert yang berguna untuk mengukur persepsi, sikap, maupun pendapat seseorang atau kelompok dalam menghadapi fenomena tertentu. Dalam mengukur aspek-aspek yang ada, diperlukan adanya jawaban dari responden yang masing-masing terdapat skor. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap skor sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Netral = 3
- d. Tidak Setuju = 2
- e. Sangat Tidak Setuju = 1

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung dalam memberikan data kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain, dokumen, jurnal, buku, dan lain-lain.²³ Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu jurnal, buku, dan juga internet.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Teknik yang digunakan pada penelitian ini yakni teknik analisis data statistik deskriptif yaitu dengan mendeskripsikan data dengan menggeneralisasi hasil penelitian. Pada teknik analisis ini

²³ Sugiyono, *METODE PENELITIAN BISNIS*, 3 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017), 219.

penyajian data berupa tabel, grafik, diagram, presentase, dan juga frekuensi. Teknik analisis data statistik deskriptif ini bertujuan untuk menguraikan data dalam bentuk frekuensi atau tabel agar mudah dipahami. Selain itu agar dapat menarik kesimpulan dari masalah yang telah diteliti.²⁴

2. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian konsep dan model penelitian tidak dapat dilakukan pada model prediksi hubungan relasional dan sebab akibat jika belum melalui tahap pemurnian pada *outer model*. *Outer model* dilakukan guna menguji seberapa valid konstruk serta reliabel instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan alat ukur tersebut dalam mengukur penelitian. Sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur seberapa konsisten alat ukur dalam mengukur konsep serta mengukur konsistensi responden dalam mengisi pernyataan pada kuesioner.

a. *Convergen Validity* (Validitas Konvergen)

Convergen validity ini berkaitan dengan prinsip bahwa alat ukur pada konstruk harus memiliki korelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi apabila skor dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama memiliki korelasi yang tinggi. Uji validitas konvergen pada PLS dengan indikator yang mencerminkan dinilai sesuai dengan *loading factors* (korelasi antara skor komponen maupun item dengan skor suatu konstruk) indikator pengukur konstruk. *Rule of thumb* yang digunakan untuk membuat pengecekan awal dari matrik faktor yaitu ± 0.30 diperhitungkan sesuai dengan level minimal, *loading* ± 0.40 dinilai lebih baik, dan *loading* $> 0,50$ secara praktis dianggap signifikan.²⁵ Maka, dapat disimpulkan bahwa semakin besar nilai *loading factor* maka semakin penting pula perannya dalam mengeksplanasi matrik faktor. *Rule of thumb* dalam validitas konvergen yaitu *outer loading* $> 0,5$ dan *Average Variance Extracted* (AVE) $> 0,5$.

AVE merupakan rata-rata presentase nilai varian yang telah dilakukan ekstraksi dari semua variable laten yang diperkirakan melalui *loading standardize* indikatornya dalam

²⁴ Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, dan Antonio Imanda, "PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI PT. JASARAHARJA PUTRA CABANG BENGKULU," *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019): 45, <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>.

²⁵ Willy Abdillah, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 195.

proses iterasi algoritma PLS. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung AVE:

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

Dimana λ_i merupakan *component loading* ke indikator dan $\text{var}(\varepsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$. Apabila semua indikator *distandardized* maka ukuran tersebut sama dengan *average communalities* dalam blok. Pengukuran ini juga dapat digunakan dalam mengukur reliabilitas komponen dengan *composite reliability*.²⁶

Parameter uji validitas konvergen dalam pengukuran PLS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Parameter Uji Validitas Konvergen Dalam Model Pengukuran PLS

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	Faktor loading	>0,5
	Average Variance	>0,5
	Extracted (AVE)	

Sumber: Data diolah, 2024

b. Discriminant Validity (Validitas Diskriminan)

Discriminant validity berkaitan dengan prinsip bahwa pengukur suatu konstruk yang berbeda sebaiknya tidak memiliki korelasi yang tinggi. Hal ini terjadi apabila dua instrumen yang berbeda mengukur dua konstruk yang diperkirakan tidak memiliki korelasi menghasilkan skor yang tidak berkorelasi. Penilaian uji validitas diskriminan ini didasarkan pada *cross loading*. Penilaian validitas diskriminan dengan metode lain yaitu membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk dalam suatu model. Jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk maka model akan memiliki validitas diskriminan yang cukup.²⁷

c. Composite Reliability (Reliabilitas Komposit)

Terdapat dua metode dalam menguji reliabilitas yaitu *cronbach's alpha* dan *internal consistency*.²⁸ *Cronbach's alpha*

²⁶ Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 4 ed. (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2014), 40.

²⁷ Willy Abdillah, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 195.

²⁸ Ghazali, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 40.

mengukur batas bawah dari nilai reliabilitas, sedangkan *composite reliability* mengukur nilai yang sesungguhnya suatu reliabilitas. *Composite reliability* dianggap lebih baik dalam mengukur konsistensi internal konstruk dibandingkan *cronbach's alpha*.²⁹ Dalam melakukan penilaian terhadap reliabilitas konstruk diperlukan adanya syarat-syarat tertentu yaitu *rule of thumb* nilai *alpha* atau *composite reliability* harus > 0,7 bagi penelitian yang sifatnya *confirmatory* dan nilai 0,6 – 0,7 masih diterima untuk penelitian *explanatory*.³⁰ *Role of thumbs* dari *cronbach's alpha* yaitu lebih tinggi dari 0,6 sedangkan *composite reliability* yaitu lebih tinggi dari 0,7.³¹ Nilai *composite reliability* dapat dihitung dengan rumus berikut:

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

Dimana λ_i merupakan *component loading* ke indikator dan $\text{var}(\varepsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$. Jika dibandingkan dengan *cronbach alpha* maka ukuran ini tidak dianggap *tau equivalence* antar pengukuran dengan anggapan bahwa semua indikator diberikan bobot yang sama. Maka *cronbach alpha* cenderung *lower bound estimate reliability*, dan ρ_c adalah *closer approximation* dengan anggapan estimasi tolak ukur tersebut valid. ρ_c sebagai ukuran *internal consistence* hanya bisa digunakan dalam konstruk yang memiliki refleksi indikator.³²

3. Model Struktural (*Inner Model*)

a. R-square

Penilaian model dengan PLS diawali dengan melihat R-square dari masing-masing variabel laten terikat. Interpretasinya

²⁹ Willy Abdillah, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 196.

³⁰ Alvian Danu Erliawan, "PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI MELALUI DISIPLIN KERJA PADA PEMERINTAH KABUPATEN JOMBANG," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, no. 8 (2022): 1336, <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.170>.

³¹ Dwi Junianto dan Joko Sabtohadhi, "PENGARUH SISTEM PERJANJIAN KERJA WAKTU TERTENTU DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA INDUSTRI PABRIK GULA," *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 9, no. 1 (2020): 5, <https://doi.org/10.35906/je001.v9i1.423>.

³² Ghazali, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 40.

sama dengan interpretasi regresi. Untuk menilai pengaruh substantif variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen dapat menggunakan perubahan nilai *R-square*.³³ Nilai dari R^2 ini berguna untuk mengukur variasi perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik pula perkiraan dari model penelitian. Apabila nilai R^2 sebesar 0,7 maka variasi perubahan variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu sebesar 70% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Tetapi R^2 bukan tolak ukur yang mutlak dalam mengukur ketepatan model prediksi karena dasar korelasi teoritis yaitu tolak ukur yang paling penting dalam menjelaskan hubungan kausalitas.³⁴

Presentase varian yang dapat dijelaskan oleh variabel laten endogen dapat dinyatakan dengan persamaan berikut: ³⁵

$$R^2 = \sum_{h=1}^H \hat{\beta}_{jh} \text{cor}(X_{jh}, Y_j)$$

Selain melihat nilai *R-square*, evaluasi model PLS juga dengan melihat nilai *Q-square predictive relevance* untuk model konstruk. *Q-square* berfungsi untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan model dan estimasi tolak ukurnya. Nilai *Q-square* yang > 0 menunjukkan bahwa adanya nilai *predictive relevance*, namun apabila nilai *Q-square* < 0 maka model dinyatakan kurang memiliki *predictive relevance*.³⁶

b. *Path Coefficient (Koefisien Jalur)*

Koefisien jalur menggambarkan adanya kekuatan hubungan antar konstruk.³⁷ Nilai koefisien *path (t-values)* pada

³³ Eva Ummi Nikmatus Sholiha dan Mutiah Salamah, "Structural Equation Modeling-Partial Least Square untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur 2013)," *JURNAL SAINS DAN SENI ITS* 4, no. 2 (2015): 170, <http://dx.doi.org/10.12962/j23373520.v4i2.10443>.

³⁴ Willy Abdillah, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 197.

³⁵ Eva Ummi Nikmatus Sholiha dan Mutiah Salamah, "Structural Equation Modeling-Partial Least Square untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur 2013)," *JURNAL SAINS DAN SENI ITS* 4, no. 2 (2015): 170, <http://dx.doi.org/10.12962/j23373520.v4i2.10443>.

³⁶ Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 4 ed. (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2014), 41.

³⁷ Eva Ummi Nikmatus Sholiha dan Mutiah Salamah, "Structural Equation Modeling-Partial Least Square untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di

tiap-tiap path untuk uji signifikansi antara satu konstruk dengan konstruk lainnya dalam model struktural.³⁸ Nilai estimasi untuk hubungan jalur pada *inner model* harus signifikan. Nilai yang signifikan bisa didapatkan dengan metode *bootstrapping*.³⁹ Metode *bootstrap* dikembangkan sebagai alat untuk membantu mengurangi ketidakandalan yang terkait dengan distribusi normal dan kesalahan penggunaan. Pada metode *bootstrap* dibuat data bayangan menggunakan informasi dan sifat data asli, sehingga mirip dengan data asli. Pengambilan sampel pada metode *bootstrap* dilakukan dengan pengembalian dari sampel.⁴⁰

c. F-Square

Pengaruh besarnya f^2 dapat dinyatakan dengan rumus berikut:

$$F^2 = \frac{R^2_{Included} - R^2_{Excluded}}{1 - R^2_{Excluded}}$$

Dimana $R^2_{included}$ $R^2_{excluded}$ merupakan R-square dari variabel laten dependen ketika prediktor variabel laten digunakan atau dikeluarkan dari persamaan struktural. Nilai f^2 sebesar 0,02; 0,15; dan 0,35 dapat diartikan bahwa prediktor variabel laten memiliki pengaruh lemah, medium, atau kuat dalam tingkat struktural.⁴¹

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yaitu dimana pernyataan atau hipotesis yang spesifik dihasilkan mengenai parameter populasi serta statistik sampel digunakan untuk menilai kemungkinan bahwa hipotesis itu benar. Hipotesis didasarkan pada informasi yang ada serta keyakinan peneliti mengenai tolak ukur populasi.

Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur 2013),” *JURNAL SAINS DAN SENI ITS* 4, no. 2 (2015): 170, <http://dx.doi.org/10.12962/j23373520.v4i2.10443>.

³⁸ Willy Abdillah, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 197.

³⁹ Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 4 ed. (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2014), 41-42.

⁴⁰ Eva Ummi Nikmatus Sholiha dan Mutiah Salamah, “Structural Equation Modeling-Partial Least Square untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur 2013),” *JURNAL SAINS DAN SENI ITS* 4, no. 2 (2015): 171, <http://dx.doi.org/10.12962/j23373520.v4i2.10443>.

⁴¹ Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 4 ed. (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2014), 41.

Proses pengujian hipotesis menyertakan pengaturan dua hipotesis yang bertolak, yaitu hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Seseorang memilih *random sampling* (atau banyak sampel saat ada lebih banyak kelompok pembanding), menghitung ringkasan statistik kemudian menilai kemungkinan bahwa data dari sampel mendukung hipotesis alternatif.

Tes nilai P, untuk menguji hipotesis bahwa $\beta > 0$, pada tingkat signifikansi 0,05 (yaitu 1-95%), menghitung nilai P satu sisi yang berhubungan dengan *path coefficient*. Secara umum, hal ini dapat diartikan sebagai probabilitas bahwa β milik distribusi dengan rata-rata nol dan standar deviasi σ . Jika $P \leq 0,05$ maka hipotesis diterima, jika $> 0,05$ maka ditolak.

1) *Direct Effects* (Pengaruh Langsung)

Variabel yang memengaruhi variabel terikat atau variabel yang diperkirakan berpengaruh secara langsung dan signifikan dalam statistik.

2) *Indirect Effects* (Pengaruh Tidak Langsung)

Pengaruh tidak langsung yaitu seberapa jauh variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen melalui variabel mediasi.

3) Hasil Analisis *Total Effects* (Pengaruh Keseluruhan)

Penjumlahan dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung pada model penelitian.⁴²

⁴² Dedi Rianto Rohadi, *Pengantar Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)* (Tasikmalaya: Lentera Ilmu Madani, 2023), 124.