

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan penelitian yang dilakukan secara terstruktur di lapangan dengan tujuan untuk mendapatkan data serta informasi dari responden melalui observasi serta kuesioner.¹ Penyebaran kuesioner dilakukan sebagai sebuah bentuk implementasi dari penelitian lapangan yang akan dibagikan kepada responden, khususnya pada pengguna produk skincare Safi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dianggap sebagai metode positivistic karena dilandasi dengan adanya filosofi *positivism*. Metode ini juga disebut sebagai metode konfirmatif karena digunakan sebagai alat untuk suatu pembuktian atau konfirmatif. Penggunaan metode ini berguna pada pengambilan populasi atau sampel tertentu. Penggunaan angka dalam penelitian kuantitatif begitu penting. Instrumen penelitian digunakan dalam pengumpulan data, analisis data berbentuk kuantitatif atau statistik yang berguna sebagai gambaran dan pengujian hipotesis yang ditetapkan.² Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana respon dari responden pengguna skincare Safi terhadap variabel bebas yang meliputi *perceived behavioral control*, pengetahuan produk halal, serta citra merek halal, dan juga variabel intervening yaitu sikap terhadap produk halal dan variabel terikat yaitu *behavioral intention*.

B. Setting Penelitian

Penentuan lokasi atau tempat penelitian memiliki tujuan untuk memberikan sebuah kejelasan serta memberikan suatu kemudahan kepada peneliti dalam memahami sasaran untuk penelitiannya. Penelitian ini tidak befokus pada satu lokasi saja namun dilakukan secara menyeluruh. Sasaran penelitian ini berfokus pada masyarakat se-Jawa Tengah yang dikhususkan terhadap pengguna produk *skincare* Safi.

¹ Hara Dea Lewiska, Salfadri Salfadri, dan Yulistia Yulistia, "Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Konter K-Onesmartphone Air Haji Kabupaten Pesisir Selatan," *Ekasakti Matua Jurnal Manajemen* 1, no. 1 (2023): 17–24, <https://doi.org/10.31933/emjm.v1i1.771>.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 3 (Bandung: ALFABETA, 2017), 23.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh elemen yang berada di area generalisasi. Elemen yang ada di dalam populasi merupakan keseluruhan subyek yang nantinya akan diukur dan merupakan suatu bagian yang akan dijadikan penelitian.³ Populasi dalam penelitian ini berdasarkan seluruh pengguna produk skincare Safi yang berada di seluruh Jawa Tengah.

2. Sampel

Sampel menurut Arikunto adalah sebagian kecil yang diambil dari dalam populasi serta dianggap telah mewakili populasi tersebut terkait dengan adanya penelitian yang dilakukan.⁴ Sampel yang diambil dari suatu populasi harus benar-benar dapat menjadi perwakilan atau representatif untuk sebuah populasi tersebut.⁵

Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel dari sebuah populasi yang dilakukan dengan tidak memberikan kesempatan yang sama untuk setiap bagian yang ada di dalam populasi untuk dipilih sebagai sampel.⁶ Jenis sampel *nonprobability* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* ini merupakan sebuah cara teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu.⁷

Purposive sampling dapat disebut sebagai *judgemental sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasari oleh penilaian yang digunakan oleh peneliti apakah sampel tersebut sesuai dengan syarat yang telah ditetapkan atau tidak. Pengambilan sampel dalam teknik ini dilakukan secara sengaja kepada sampel yang memiliki karakteristik, ciri ataupun kriteria serta sifat tertentu serta pengambilan sampelnya dilakukan tidak secara acak.⁸ Ketentuan yang digunakan peneliti ialah :

- a. Masyarakat Jawa Tengah
- b. Berjenis kelamin perempuan

³ Sugiyono, 136.

⁴ Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, dan Kamaluddin Abunawas, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian," *Jurnal Pilar* 14, no. 1 (2023): 15–31.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 137.

⁶ Sugiyono, 142.

⁷ Sugiyono, 144.

⁸ Akhmad Fauzy, *Metode Sampling*, Universitas Terbuka, Edisi 2, vol. 9 (Banten: Universitas Terbuka, 2019).

- c. Mengetahui produk halal
- d. Mengetahui produk skincare Safi
- e. Menggunakan produk perawatan kulit

Penentuan sampel yang dilakukan apabila jumlah populasi belum diketahui secara pasti, dapat diukur dengan menggunakan rumus *Cochran* sebagai berikut :⁹

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

Keterangan :

n: jumlah sampel yang dibutuhkan

z: skor z kepercayaan 95% = 1,96

p: peluang untuk benar 50% = 0,5

q: peluang untuk kesalahan 50% = 0,5

d: kesalahan pengambilan sampel atau *sampling error* = 1%

Berdasarkan adanya rumus diatas, maka dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot pq}{e^2} = \frac{(1,96) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2} = 96 \pm 100 \text{ orang.}$$

Peneliti akan memperkirakan jumlah sampel responden berdasarkan hasil perhitungan di atas. Perhitungan sampel tersebut menghasilkan angka sebesar 96 orang yang akan menjadi sampel, namun akan dibulatkan menjadi 100 orang yang menjadi sampel sebagai representatif dari sebuah populasi.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu keputusan yang telah ditetapkan oleh peneliti terkait dengan sebuah atribut atau nilai dari orang, obyek atau organisasi untuk diambil sebuah kesimpulan.¹⁰ Terdapat 3 jenis variabel yang digunakan di dalam penelitian ini :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen ini merupakan suatu variabel yang sifatnya dapat memengaruhi atau menjadi suatu sebab terjadinya perubahan atau munculnya variabel dependen atau variabel terikat.¹¹ Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu sebagai berikut :

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 148.

¹⁰ Sugiyono, 68.

¹¹ Sugiyono, 68.

- a. *Perceived behavioral control* berfungsi menjadi variabel independen yang pertama (X_1)
- b. Pengetahuan produk halal berfungsi menjadi variabel independen yang kedua (X_2)
- c. Citra merek halal berfungsi menjadi variabel independen yang ketiga (X_3)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen merupakan suatu variabel yang menjadi konsekuensi akibat adanya pengaruh yang ditimbulkan oleh adanya variabel bebas.¹² Dalam penelitian ini *behavioral intention* dipilih untuk menjadi variabel yang berkedudukan sebagai variabel dependen.

3. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* merupakan suatu variabel yang secara teoritis dapat memengaruhi terjadinya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel ini berada diantara variabel independen dan variabel dependen sehingga tidak dapat diukur, sehingga variabel independen tidak dapat langsung memengaruhi perubahan pada variabel dependen.¹³ Sikap terhadap produk halal dalam penelitian ini dipilih menjadi variabel yang berkedudukan sebagai *intervening*.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1.	<i>Perceived behavioral control</i>	Ajzen (1991) menyatakan bahwa <i>perceived behavioral control</i> atau biasa disebut dengan kontrol perilaku yang dirasakan merupakan sebuah pandangan yang berkaitan dengan kesulitan serta kemudahan	<ul style="list-style-type: none"> a. Mampu membeli kosmetik halal. b. Kendali dalam membeli kosmetik halal. c. Memiliki sumber daya untuk membeli kosmetik halal. 	Primer

¹² Sugiyono, 68.

¹³ Sugiyono, 70.

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		di dalam melakukan perilaku yang diinginkan, keyakinan akan adanya sumber daya alam, serta pertimbangan masalah untuk antisipasi hambatan. ¹⁴	<ul style="list-style-type: none"> d. Mempunyai pengetahuan untuk membeli kosmetik halal. e. Mempunyai kemampuan untuk membeli kosmetik halal.¹⁵ 	
2.	Pengetahuan Produk Halal	Pengetahuan produk halal menurut Nurhayati dan Hendar (2018) menjelaskan bahwa segala informasi tentang suatu produk yang didalamnya termasuk suatu izin serta larangan yang perlu diketahui dan dipatuhi oleh masyarakat agar kegiatan konsumtif yang dilakukan sesuai dengan kaidah	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengenal hukum Islam, halal dan haram suatu produk. b. Mengetahui apa yang diperbolehkan dan dilarang dalam Islam. c. Mempunyai pengetahuan yang cukup untuk membedakan halal dan haram d. Mengetahui 	Primer

¹⁴ Amelia, "Muslim Traveller Halal Food Consumption Attitude and Behavioral Intentions of Indonesian Muslim."

¹⁵ Kamalul Ariffin et al., "Investigating the Factors Affecting Purchase Intention of Muslim Women Towards Halal Cosmetics."

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		ajaran agama Islam. ¹⁶	permasalahan terkini mengenai bahan berbahaya pada produk kosmetik e. Mengetahui perbedaan sertifikasi produk halal dan sertifikasi tempat halal. ¹⁷	
3.	Citra Merek Halal	Citra merek halal menurut Ali (2018) merupakan sebuah pandangan merek yang ada di dalam ingatan pelanggan yang berkaitan dengan keyakinan muslim, kekhawatiran halal, serta komitmen halal, dan	a. Merek elemen penting dari suatu produk. b. Brand Islami menunjukkan kehalalan produk kosmetik halal. c. Membeli produk kosmetik halal berdasarkan	Primer

¹⁶ Öztürk, “The Effect of Halal Product Knowledge, Halal Awareness, Perceived Psychological Risk and Halal Product Attitude on Purchasing Intention.”

¹⁷ Maulani, Nuryakin, dan Hidayah, “Purchase Intention of Halal Cosmetics: The Mediating Role of Attitude.”

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		<p>pengembangan sebuah citra positif dengan penekanan terhadap merek tersebut bahwa telah memenuhi penilaian halal secara keseluruhan.¹⁸</p>	<p>merek. d. Merek Islami memberi pengaruh terhadap kepercayaan diri dalam pembelian dan konsumsi produk kosmetik halal. e. Membeli produk kosmetik halal dengan merek yang tidak familiar.¹⁹</p>	
4.	Sikap terhadap produk halal	Menurut Mutsikiwa dan Basera sikap terhadap produk halal merupakan sebuah hubungan atau kepentingan pribadi yang berkaitan dengan pembelian produk halal.	<p>a. Memilih produk kosmetik halal. b. Membeli produk kosmetik halal. c. Penggunaan produk kosmetik halal adalah penting.</p>	Primer

¹⁸ Fachrurazi et al., “Building halal industry in Indonesia: the role of electronic word of mouth to strengthen the halal brand image.”

¹⁹ Septiarini et al., “Drivers of behavioral intention among non-Muslims toward halal cosmetics: evidence from Indonesia, Malaysia, and Singapore.”

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		Suatu agama menjadi pengaruh yang kuat terhadap perilaku seorang konsumen dengan kaitannya terhadap pengambilan keputusan produk halal. ²⁰	d. Pilihan pribadi dalam menggunakan produk kosmetik halal. ²¹	
5.	<i>Behavioral intention</i>	<i>Behavioral intention</i> atau niat perilaku Ramya dan Ali (2016) merupakan suatu perilaku konsumen secara general yang mengarah kepada suatu proses dimana konsumen tersebut akan memilih, membeli, serta mengonsumsi barang dan jasa guna memenuhi segala kepuasan akan kebutuhan	a. Kesiediaan meluangkan waktu untuk membeli produk kosmetik berlogo halal. b. Kesiediaan membayar lebih untuk produk kosmetik berlogo halal. c. Kesiediaan menunggu lama untuk membeli produk kosmetik	Primer

²⁰ Marmaya, Zakaria, dan Mohd Desa, “Gen Y consumers’ intention to purchase halal food in Malaysia: a PLS-SEM approach.”

²¹ Letsoin dan Riorini, “The Mediating Role of Attitude Toward Product Towards Halal Cosmetic Purchase Intention in Female Consumers in Indonesia.”

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		dan keinginan mereka. ²²	berlogo halal. d. Kesiediaan meluangkan waktu untuk membaca varian kosmetik halal untuk membeli produk kosmetik berlogo halal. e. Mempunyai niat untuk membeli produk kosmetik berlogo halal di masa depan. ²³	

E. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan dua instrumen pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas, berikut penjabarannya :

1. Uji Validitas

Menurut Cooper et.al (2006) uji validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah instrument penelitian memiliki suatu kemampuan untuk mengukur sesuatu yang seharusnya di ukur atau tidak. Hartono (2008) juga memberi sebuah penjelasan bahwa validitas terbagi menjadi dua yaitu validitas eksternal dan validitas internal. Validitas eksternal menjelaskan kepada hasil penelitian bahwa hasil tersebut adalah valid serta dapat dilakukan generalisasi kepada segala obyek,

²² Septiarini et al., “Drivers of behavioral intention among non-Muslims toward halal cosmetics: evidence from Indonesia, Malaysia, and Singapore.”

²³ Septiarini et al.

situasi, serta waktu yang berbeda. Sedangkan validitas internal terdiri dari validitas kualitatif dan validitas konstruk.²⁴

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji yang dapat digunakan dalam pengukuran konsistensi alat ukur untuk mengukur sebuah konsep atau sebagai pengukuran konsistensi yang dilakukan oleh responden terhadap menjawab pertanyaan di dalam kuesioner atau instrument penelitian tersebut. Hartono (2008) mengungkapkan bahwa reliabilitas berguna sebagai alat tunjuk terhadap akurasi, konsistensi, serta ketepatan suatu alat pengukuran dalam melakukan sebuah pengukuran.²⁵

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah utama yang ada di dalam proses penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data yang paling tepat sehingga nantinya akan menghasilkan suatu data yang *valid* dan *reliable*. Pengumpulan data merupakan suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan berbagai fenomena, informasi, serta kondisi lokasi penelitian sesuai dengan lingkup penelitian yang dilakukan. Hasil dari pengumpulan data ini digunakan untuk menjawab hipotesis yang ada di dalam penelitian.²⁶

Pengumpulan data didapatkan dari sumbernya. Sumber data merupakan dari mana data suatu objek tersebut dapat diperoleh.²⁷ Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan suatu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui pengukuran dan perhitungan dalam wujud observasi, angket atau kuesioner, wawancara, dan lain-lain.²⁸

²⁴ Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono, *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, Edisi 1 (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), 194.

²⁵ Abdillah dan Hartono, 196.

²⁶ Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan 1 (Tangerang: Pascal Books, 2021), 188.

²⁷ Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan 1 (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2017), 78.

²⁸ Hardani Ahyar et al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Cetakan 1 (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), 247.

a. Observasi

Observasi merupakan dasar dari suatu ilmu pengetahuan.²⁹ Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi dilakukan guna meneliti perilaku tentang manusia, suatu proses kerja, gejala alam, serta jumlah responden yang tidak terlalu banyak.³⁰

b. Angket atau kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan tertulis kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang efisien, serta cocok jika digunakan di dalam penelitian yang mempunyai wilayah penelitian dengan cakupan yang luas. Prinsip dalam penulisan angket yaitu meliputi :

- 1) Isi dan tujuan dari pertanyaan.
- 2) Penggunaan bahasa dalam pertanyaan.
- 3) Tipe dan bentuk pertanyaan yang ditujukan untuk responden.
- 4) Tidak ada pertanyaan ganda.
- 5) Tidak memberikan pertanyaan yang membuat responden berpikir berat.
- 6) Penggunaan pertanyaan yang tidak menggiring opini.
- 7) Tidak membuat pertanyaan yang bertele-tele.
- 8) Urutan pertanyaan dari yang umum ke hal yang spesifik.³¹

Dalam teknik pengumpulan data ini, peneliti menggunakan skala *likert* sebagai alat pengukuran dalam penelitian yang dilakukan ini. Skala *likert* digunakan sebagai alat pengukuran untuk variabel penelitian yang digunakan serta dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut digunakan sebagai sebuah tolak ukur yang berupa pernyataan ataupun pertanyaan. Jawaban dari setiap pernyataan atau pertanyaan menggunakan skala *likert* dengan skor 1-5 yang berupa :

- 1) Sangat tidak setuju.
- 2) Tidak setuju.
- 3) Netral.
- 4) Setuju.
- 5) Sangat setuju.³²

²⁹ Priadana dan Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 189.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 229.

³¹ Sugiyono, 229.

³² Sugiyono, 158.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebuah data yang diperoleh secara tidak langsung yang berasal dari laporan, buku-buku, profil, pustaka, dan lain sebagainya.³³

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan wajib yang dilakukan pasca seluruh jawaban dari responden telah terkumpul. Kegiatan yang dilakukan dalam proses analisis data ini meliputi pengelompokan data sesuai dengan variabel serta jenis responden, membuat tabel data variabel dari semua responden, mengemukakan data dari variabel yang diteliti, melakukan perhitungan guna menjawab rumusan masalah yang ada, serta melakukan perhitungan terhadap pengujian hipotesis.³⁴ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan suatu statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara memberikan suatu deskripsi atau memberikan gambaran terhadap data yang telah dikumpulkan tanpa adanya maksud untuk membuat suatu kesimpulan secara generalisasi. Penyajian data dalam statistik deskriptif dapat berupa tabel, diagram lingkaran, grafik, pictogram, melalui perhitungan modus, median, serta mean, perhitungan desil, persentil, serta perhitungan sebaran data melalui perhitungan rata-rata atau standar deviasi, dan juga perhitungan persentase.³⁵

2. Model Pengukuran *Outer Model*

Outer model merupakan suatu model pengukuran yang digunakan untuk menilai suatu validitas serta reabilitas dari suatu model.³⁶ Pengukuran *outer model* terdiri dari :

a. Uji Validitas

Hartono (2008) mendefinisikan bahwa validitas konstruk memberikan pernyataan terkait seberapa baik hasil yang didapatkan dari penggunaan suatu alat ukur atas teori yang digunakan dalam mendefinisikan suatu konstruk. Cara menguji validitas konstruk ditinjau dari korelasi kuat antara konstruk

³³ Ahyar et al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 247.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 232.

³⁵ Sugiyono, 233.

³⁶ Abdillah dan Hartono, *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, 193.

serta item pertanyaan beserta hubungan yang lemah dengan variabel lainnya. Validitas konstruk terdiri dari dua yaitu :³⁷

1) Validitas Konvergen

Validitas konvergen memiliki prinsip bahwa pengukuran dari suatu konstruk harus mempunyai korelasi yang tinggi. Uji validitas di dalam PLS dengan penggunaan indikator reflektif dilakukan penilaian dengan didasari oleh *loading factor* (korelasi yang terjadi antara skor dari item dengan skor konstruk) indikator yang mengukur suatu konstruk. *Rule of thumb* yang digunakan dalam matrik faktor $\pm .30$ sudah memenuhi level minimum, $\pm .40$ untuk *loading* dianggap lebih baik dan untuk *loading* > 0.50 merupakan signifikan secara praktis. Dapat diketahui bahwa semakin tinggi nilai suatu faktor *loading*, semakin penting pula peranan suatu *loading* di dalam melakukan interpretasi terhadap suatu matrik faktor. Menurut Chin (1995) *rule of thumb* yang digunakan di dalam validitas konvergen yaitu *outer loading* > 0.7 , serta *Average Variance Extracted* (AVE) sebesar $> 0,5$.³⁸

2) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menjelaskan sebuah prinsip bahwa pengukuran konstruk yang memiliki perbedaan memiliki keharusan yaitu tidak berkorelasi dengan tinggi. Penilaian uji validitas diskriminan didasarkan pada *cross loading* pengukuran beserta dengan konstraknya. Terdapat metode lain yang dapat digunakan dalam penilaian validitas diskriminan yaitu dengan melakukan perbandingan akan AVE untuk tiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lain pada model.³⁹

b. Uji Reabilitas

Hartono (2008) mengemukakan bahwa dalam melakukan suatu pengukuran, reliabilitas berfungsi untuk menunjukkan suatu akurasi, konsistensi, serta ketepatan suatu alat ukur. Terdapat dua metode yang digunakan dalam uji reliabilitas yaitu:

1. *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha melakukan suatu pengukuran pada batas bawah nilai reliabilitas dalam suatu konstruk. *Rule of*

³⁷ Abdillah dan Hartono, 195.

³⁸ Abdillah dan Hartono, 195.

³⁹ Abdillah dan Hartono, 196.

thumb nilai *alpha* harus lebih besar dari angka 0.7 walaupun nilai 0.6 masih dapat diterima.

2. *Composite Reliability*

Composite reliability melakukan suatu pengukuran terhadap nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu konstruk. *Composite reliability* juga dinilai lebih baik di dalam melakukan estimasi konsistensi internal pada suatu konstruk. *Rule of thumb composite reability* harus lebih besar dari angka 0.7 meski nilai 0.6 masih tetap diterima. Namun, uji konsistensi internal tidak dilakukan secara mutlak jika validitas konstruk sudah terpenuhi dikarenakan konstruk valid adalah konstruk reliabel, dan konstruk reliabel belum tentu valid.⁴⁰

Tabel 3.1 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	Faktor <i>loading</i>	Lebih dari 0.7
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Lebih dari 0.5
Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi variabel laten	Akar AVE > Korelasi variabel laten
	<i>Cross loading</i>	Lebih dari 0.7 dalam satu variabel

3. Model Struktural (*Inner Model*)

Proses evaluasi dalam model struktural dilakukan dengan menggunakan R^2 atau *R-Square*, menggunakan F^2 , serta nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* bagi uji signifikansi antar konstruk di dalam model struktural.

a. R^2 (*R-Square*)

Penggunaan nilai R^2 untuk pengukuran tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai R^2 semakin tinggi maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang telah diajukan. Misalnya, nilai R^2 sebesar 0.7 memiliki arti bahwa variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sejumlah 70%. Meskipun demikian, R^2 bukanlah parameter yang absolut dalam pengukuran ketepatan model

⁴⁰ Abdillah dan Hartono, 197.

prediksi karena dasar hubungan teoritis adalah parameter yang utama guna menjelaskan suatu hubungan kausalitas.⁴¹

b. F² (F-Square)

Perubahan nilai R-Square dapat digunakan didalam penilaian terhadap pengaruh antara variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh substantive. Besarnya pengaruh f² dapat diketahui melalui rumus dibawah ini :

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

R²_{included} serta R²_{excluded} merupakan R-Square variabel laten dependen saat predictor variabel laten digunakan atau dikeluarkan pada persamaan struktural. Nilai f² sebesar 0.02, 0.15, serta 0.35, dapat digambarkan sebagai prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang kecil, sedang atau menengah, dan juga besar pada level struktural.⁴²

c. Koefisien Path atau Path Coefficients

Path Coefficients digunakan sebagai pengukuran antar konstruk guna melihat kekuatan hubungan serta untuk menguji hipotesis. Nilai path coefficients berada dikisaran -1 sampai dengan +1. Nilai path coefficients yang mendekati nilai +1 menunjukkan indikasi adanya hubungan konstruk yang semakin kuat atau positif. Sebaliknya, nilai path coefficients yang mendekati nilai -1 menunjukkan indikasi adanya hubungan antar konstruk lemah atau negatif.⁴³

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan pengukuran nilai T-Statistic. Apabila nilai T-Statistic lebih tinggi dari nilai T-Table (≥ 1,96), serta penggunaan tingkat signifikansi 95% atau sebesar 0,05 dan nilai P-Value menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05 (≤ 0,05), maka hipotesis terdukung.⁴⁴ Hasil

⁴¹ Abdillah dan Hartono, 197.

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

⁴³ Dedi Rianto Rahadi, *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS- SEM)*, Lentera Ilmu Madani, Cet. I (Tasikmalaya: CV Lentera Ilmu Madani, 2021), 126.

⁴⁴ Abdillah dan Hartono, *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, 211.

dari pengujian hipotesis dilihat berdasarkan hubungan langsung, hubungan tidak langsung, serta hubungan total.⁴⁵



⁴⁵ Rahadi, *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)*, 124.