

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Untuk memperoleh berbagai yang perlu dalam menunjang aspek yang diteliti dalam hal ini informasi dalam bentuk data yang mampu untuk dipertanggung jawabkan dalam penggunaannya, Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan atau *field research* dimana data utama didapat dari tempat penelitian. Dengan kata lain, peneliti secara langsung terlibat di lapangan dan melakukan pengumpulan data melalui kuesioner untuk mendapatkan informasi langsung dari responden, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus pada Angkatan tahun 2020-2022 pengguna aplikasi Shopee.¹

Penelitian ini digunakan untuk menganalisis Pengaruh *Hedonic Shopping Motivasion* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* melalui *shopping emotion* sebagai variabel intervening pada pengguna shopee. Menetapkan *Hedonic Shopping Motivasion* dan *price discount* sebagai variabel Independen sedangkan *Impulse Buying* sebagai variabel dependen dan *shopping emotion* sebagai variabel intervening.

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif secara konsisten menekankan teori tes mengukur variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data menggunakan metode statistik untuk membuktikan hipotesis yang telah dijabarkan sebelumnya.²

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Negeri Kudus, beralamat di jalan Conge Ngembalrejo, Ngembalrejo, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah Kode Pos 59322. Dengan melibatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus pada Angkatan tahun 2020-2022. Jangka waktu untuk penelitian dilaksanakan pada bulan maret 2024 sampai selesai.

C. Sumber Data

Jenis sumber data yang dipakai pada kajian ini ialah data sekunder serta primer.

¹ Achmad Baroqah. Pohan, *Modul Pembelajaran Metode Penelitian*. (Jakarta: Akademik Bahasa Asing Bina Sarana Informatika, 2016).

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: CV Alfabeta, 2013).

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswa febi iain kudus.³

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh oleh peneliti melalui perantara, bukan langsung dari sumbernya. Data ini biasanya berupa catatan, laporan, atau dokumen historis yang tersedia dalam bentuk arsip, baik yang telah dipublikasikan maupun yang tidak.⁴ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal, dan media lainnya yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sudjana, populasi yaitu suatu totalitas atas segala nilai yang kemungkinan dapat di ukur atau di hitung, baik secara kualitatif dan kuantitatif atas karakteristik tertentu tentang kumpulan objek yang jelas yang akan di pelajari sifat-sifatnya dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Populasi penelitian ini merupakan mahasiswa yang sudah pernah berbelanja di Shopee. Meskipun mahasiswa yang pernah melakukan transaksi di Shopee tidak diketahui, populasi tetap diidentifikasi yaitu seluruh mahasiswa FEBI IAIN Kudus pada Angkatan tahun 2020-2022 yang pernah bertransaksi melalui aplikasi Shopee, dengan jumlah tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan unsur yang berasal dari keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ketika populasi sangat besar, penelitian tidak mungkin meneliti seluruhnya karena keterbatasan sumber daya seperti uang, energi, dan

³ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2001).

⁴ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 2011).

⁵ Salim & Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Dan Jenis* (Jakarta: Kencana, 2019).

waktu. Oleh karena itu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut sebagai pengganti.⁶

Dalam penelitian ini, digunakan teknik pengambilan sampel *Nonprobability sampling*, yaitu tidak memberikan kesempatan yang sama bagi populasi untuk dipilih sebagai sampel.⁷ Penggunaan *Nonprobability sampling* dalam penarikan sampel umumnya dilakukan saat populasi tidak diketahui. Alasan penggunaan metode ini dalam penelitian ini adalah karena tidak diketahuinya jumlah populasi dari pengguna shopee, sehingga metode ini dianggap sangat tepat. Adapun teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling*, dimana sampel dipilih didasarkan pada kriteria tertentu.⁸ Sampel penelitian ini harus memiliki kriteria, yaitu:

- a. Aktif sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus pada tahun 2020-2022
- b. Mempunyai aplikasi Shopee
- c. Telah melakukan minimal satu kali transaksi di Shopee.

Penelitian ini menggunakan rumus *Lamshow* guna menghitung jumlah sampel karena populasi tidak diketahui. Rumus *Lamshow* dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p (1 - p)}{d^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$
$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

z = skor z pada kepercayaan 95% dengan nilai = 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

d = peluang salah 10% = 0,10

Dalam penelitian ini, dicari jumlah sampel (n) dengan menggunakan variabel z yang didapat dari tabel nomal dengan alpha sebesar 10% atau 0,1. Dalam kasus ini, nilai z adalah 1,96. Dengan mengacu pada rumus yang diberikan, diperoleh hasil bahwa jumlah sampel yang diperlukan (n)

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2013).

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*.Hlm.84

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 82.

adalah sebesar 96,04, namun karena tidak mungkin memiliki pecahan responden, hasil ini dibulatkan menjadi 100 responden

E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk mengumpulkan informasi dan kemudian membuat kesimpulan.⁹

a. *Variabel Independent* (Variabel Bebas)

Variabel independent atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.¹⁰ Dalam penelitian ini, yang menjadi *variabel independent* yaitu:

- 1) *Hedonic Shopping Motivation* (X1)
- 2) *Price Discount* (X2)

b. *Variabel Dependen* (Variabel Terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu *Impulse Buying* (Y).¹¹

c. *Variabel Intervening*

Menurut Sugiyono *Variabel intervening* (variabel mediasi) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara *variabel independent* dengan *variabel dependen*. Variabel ini merupakan penyela atau yang terletak di antara variabel independent dengan dependen, sehingga *variabel independent* tidak langsung berdampak pada *variabel dependen*. penelitian ini menjadikan variabel *shopping emotion* (Z) menjadi variabel mediasi.¹²

2. Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel meliputi penjelasan pada topik yang menyoroti langkah pengukuran untuk dilaksanakan atau dengan metode pengukuran dengan adanya bukti hasil

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 1999).

¹⁰ Asep Saepul Hamdi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan* (Yogyakarta: Deepublish, 2014).

¹¹ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV Alfabeta, 2018).

penelitian.¹³ Berikut ini tabel penjelasan variabel yang akan ditelitian.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Hedonic Shopping motivation (X1)	Hedonic Shopping Motivation merupakan sebuah kegiatan yang didorong dengan perilaku yang berhubungan dengan panca indera, khayalan dan emosi yang menjadikan kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan hidup. ¹⁴	1. <i>Adventur shopping</i> 2. <i>Social shopping</i> 3. <i>Gratification</i> 4. <i>Idea shopping</i> 5. <i>Role shopping</i> 6. <i>Value shopping</i> 7. <i>Negative</i>	a. seseorang akan sangat mungkin merasa berpetualang. ¹⁵ b. senang ketika melakukan kegiatan yang sifatnya kebersamaan. ¹⁶ c. menghilangkan stress dan memberikan hiburan. ¹⁷ d. mengikuti tren. ¹⁸ e. menyenangkan orang lain. ¹⁹ f. Mencari diskon ²⁰ g. Banyak pengeluaran tiap bulan	likert

¹³ and Ignatius Soni Risang Bagus Hastungkara Aji, Henny Welsa and Kurniawan, ‘Pengaruh Hedonic Motivation Terhadap Social Media Product Browsing Dan Dampaknya Terhadap Purchase Intention Pada Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta’, *Manajemen Dewantara*, 3.2 (2019), 265.

¹⁴ Wahyuni and Setyawati.

¹⁵ Ozen, H., dan Engizek.

¹⁶ Pasaribu and Dewi.

¹⁷ Yully Styowati and others.

¹⁸ Tuzzahra and Tirtayasa.

¹⁹ Yully Styowati and others.

²⁰ Nurtanio and others.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			tidak terencana karena nurutin gengsi. ²¹	
Price Discount (X2)	Price Discount atau potongan harga adalah salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan yang mana dalam hal ini pemasar mencoba menawarkan produk dengan harga lebih rendah daripada harga seharusnya dengan harapan konsumen akan merasa tertarik sebuah produk. ²²	1. Besarnya potongan harga 2. Masa potongan harga 3. Jenis produk yang mendapatkan diskon 4. Frekuensi diskon 5. Negative	a. Besarnya potongan harga yang diberikan b. Waktu Pemberian diskon (Masa potongan harga yang diberikan) c. Jenis produk yang ada diskon. d. Frekuensi diskon (Sering atau tidaknya diskon). ²³ e. Barang diskon rata-rata kurang bagus. ²⁴	Likert

²¹ Nurudin and others.

²² I Putu Widya Artana and others, ‘Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Indomaret Di Kota Denpasar)’, *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4 (2019), 369 <<https://doi.org/10.24843/ceb.2019.v08.i04.p03>>.

²³ Lestari.

²⁴ Feby Evelyn, ‘Celebrity Endorser, Price Discount Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Produk Oriflame’, *Inovasi Penelitian*, 4.3 (2023), 12.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Impulse Buying (Y)	Impulse Buying merupakan perilaku konsumen dalam pembelian produk secara tidak terencana (spontan) yang dipengaruhi dipengaruhi oleh emosional dengan perasaan antusias, merasa puas, dan senang. Konsumen juga cenderung lebih suka pada pembelian yang tidak terencana dan kurang dalam memikirkan dampak negatif yang akan ditimbulkan setelahnya. ²⁵	1. Afektif (menunjukkan sikap dan perilaku yang berkaitan dengan perasaan. ²⁶ 2. Kognitif (penilaian berdasarkan pengetahuan empiris/faktual/nyata). ²⁷ 3. Negative	a. Spontanitas b. Kekuatan, kompulsi, dan intensitas c. Kegairahan dan stimulasi d. Ketidakpedulian akan akibat. ²⁸ e. Pembelian tiba-tiba membuat penyesalan. ²⁹	Likert

²⁵ Fahmi and Retnowati..

²⁶ Prihatma and others.

²⁷ Aswin and others.

²⁸ Wilujeng.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Shopping Emotion (Z)	Shopping Emotion adalah perasaan yang tidak terkendali yang dapat mempengaruhi seseorang dalam proses pembelian yang terbentuk dari lingkungan eksternal dan internal seseorang. ³⁰	1. pleasure 2. arousal, dan 3. dominance. ³¹ 4. Negative	1. Pleasure 2. arousal, dan 3. dominance. ³² 4. Belanja dengan emosi membuat penyesalan. ³³	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data. Penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data yaitu:³⁴

a. Angket Atau Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

²⁹ Ilham Ramanto and others, ‘Pengaruh Service Quality Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dalam Pembelian Secara Online Produk Bukalapak’, *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1.2 (2023), 141–57 <<https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.277>>.

³⁰ Bambang, Sulfi Abdul Haji, and Ririn Damayanti, ‘Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Muara Mall Kota Ternate)’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25.1 (2023), 72–79.

³¹ Fauzi and Hidayat.

³² Situmorang.

³³ Syahfrilla Al Risa Nurul Azmi, Yunda Herliana, and Dini Lestari, ‘Penggunaan Aplikasi Bealanja Online Perilaku Impulse Buying Mahasiswa FEBI UINSU’, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3.2 (2023), 2774–2075.

³⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2004).

memberikan seperangkat pertanyaan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.³⁵ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Tujuan kuesioner yaitu untuk memperoleh informasi yang relevan.³⁶ Penyebaran angket kuesioner dimulai tanggal 2 maret 2024 sampai akhir april 2024, peneliti menyebarkan kuisioner melalui google form kepada para mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam iain kudus pengguna shopee.

Pada penelitian ini, variabel diukur menggunakan skala likert. Skala likert digunakan mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang mengenai fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel akan diukur dan diuraikan menjadi indikator variabel. Dengan pilihan setiap item pertanyaan dibuat menggunakan skala likert agar data tersebut subyektif dengan keterangan sebagai berikut³⁷:

Tabel 3.2
Skala Likert Kuesioner

Penilaian	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1 Skor
Tidak Setuju (TS)	2 Skor
Netral (N)	3 Skor
Setuju (S)	4 Skor
Sangat Setuju (SS)	5 Skor

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah pembagian komponen secara keseluruhan menjadi bagian yang lebih kecil untuk mengetahui bagian yang dominan, membandingkan satu bagian dengan yang lain, dan membandingkan satu atau beberapa bagian secara keseluruhan. Dalam penelitian, teknik analisis data digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab masalah. Software

³⁵ Suryani Dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015).

³⁶ Masri Singarimbun dan Sofian Effend, *Metode Penelitian Survai*, 2nd edn (Jakarta: Lpppes).

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

SmartPLS 4 digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini.³⁸

Penggunaan PLS (*Partial Least Square*) bertujuan untuk melakukan sebuah prediksi hubungan antar konstruk. Selain itu, PLS juga dapat membantu peneliti dalam penelitiannya untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pemprekdisian. Teknik analisa data dalam metode PLS (*Partial Least Square*) adalah sebagai berikut:³⁹

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisa *outer model* merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (*indikator*) dengan variabel latennya.⁴⁰ *Outer model* dalam penelitian ini digunakan untuk melihat validitas dan reliabilitas suatu item instrumen penelitian dalam mengukur variabel laten.⁴¹ Adapun analisis dalam *outer model* yang dilakukan menggunakan *software SmartPLS* adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan derajat kebenaran dan keabsahan suatu alat ukur atau instrumen. Suatu instrumen dianggap sah atau valid apabila mampu menyampaikan data secara benar dari variabel-variabel yang dianalisis dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Tingkat validitas instrumen yang tinggi ataupun rendah dapat menunjukkan seberapa dekat data yang dikumpulkan memenuhi gambaran validitas yang diinginkan.⁴²

1) *Convergent Validity*

Convergent validity (validitas konvergen) merupakan seperangkat indikator yang mewakili satu variabel laten dan yang mendasari variabel

³⁸ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 4.

³⁹ Jonathan Sarwono and Umi Narimawati, *Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Dengan Partial Least Squar SEM (PLS-SEM)* (Yogyakarta: Andi, 2015), 9.

⁴⁰ Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: IPB Press, 2019).

⁴¹ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 75.

⁴² Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jawa Timur: Airlangga University Press, 2017).

laten tersebut.⁴³ Indikator validitas ditentukan dengan besaran *loading factor* setiap prediktor terhadap variabel latennya. Suatu Prediktor atau item dapat dinyatakan valid apabila nilai *loading factor* > 0,7 (lebih dari 0,7) untuk *confirmatory research*, misalnya pada penelitian yang sudah pernah dilakukan uji awal instrumen penelitian tersebut sebelumnya.⁴⁴

Pada penelitian *explanatory*, seperti pada penelitian yang menggunakan instrumen yang baru nilai *loading factor* dapat diterima dan prediktor dapat dinyatakan valid apabila > 0.5 (lebih dari 0,5). Validitas konvergen juga dapat ditentukan berdasarkan nilai AVE (*average variance extracted*). Prediktor dinyatakan valid apabila nilai AVE > 0,5 (lebih dari 0,5) menunjukkan validitas konvergen yang substansial atau memadai.⁴⁵

2) *Discriminant validity*

Discriminant validity (validitas diskriminan) merupakan penilaian validitas prediktor dengan cara membandingkan keterkaitannya dengan variabel lain. Indikator yang digunakan adalah *cross loading*. Suatu prediktor atau instrumen dapat dinyatakan valid apabila nilai *cross loading* 99,7, atau *cross loading* dari prediktor yang dinilai lebih besar pada variabel latennya sendiri dibandingkan dengan nilai *loading*-nya terhadap variabel lain.⁴⁶

Dalam aplikasi SmartPLS atau sejenisnya, uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan nilai *cross loadings* dan *Fornell-Larcker*.

- a) Nilai *Cross Loading* masing-masing konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi

⁴³ Jonathan Sarwono and Umi Narimawati, *Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Dengan Partial Least Squar SEM (PLS-SEM)* (Yogyakarta: Andi, 2015), 19.

⁴⁴ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 7.

⁴⁵ Sarwono dan Narimawati, *Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*.

⁴⁶ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*.7

konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah bernilai $>0,7$ (lebih besar dari 0,7).

b) *Fornell-Larcker Criterion* merupakan metode lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan cara membandingkan nilai $\sqrt{AVE}$ pada setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai $\sqrt{AVE}$ setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

c) *Heteroit-Monotrait Ratio* merupakan metode alternatif yang digunakan untuk menilai dari validitas diskriminan karena menurut beberapa ahli *cross loading* dan kriteria *Fornell-Larcker* yang kurang sensitif dalam menilai validitas diskriminan. Nilai HTMT harus $<0,9$ (kurang dari 0,9).⁴⁷

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latennya. Uji Reliabilitas ditentukan berdasarkan nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Prediktor dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* atau *composite reliability* pada *confirmatory research* sebesar $>0,7$ (lebih dari 0,7) dan pada *explanatory research*. dapat juga diterima sebesar $>0,6$ (lebih dari 0,6).⁴⁸

Nilai *Cronbach's Alpha* (a) merupakan indikator yang lebih umum digunakan untuk menentukan reliabilitas. Pada instrumen penelitian secara umum, instrumen atau kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>0,6$. Adapun tabel interpretasi

⁴⁷ Syahrir et Al, *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan* (bogar: PT Penerbit IPB Press, 2020). 76

⁴⁸ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 7.

reliabilitas berdasarkan *Cronbach's alpha* adalah sebagai berikut.

Tabel 3.3
Interpretasi Reliabilitas berdasarkan Cronbach's Alpha

Nilai Alfa Cronbach	Interpretasi
>0,9	Sangat Baik
>0,8-0,9	Baik
>0,7-0,8	Diterima
>0,6-0,7	Dipertimbangkan
>0,5-0,6	Jelek (Kurang)
<0,5	Tidak Dapat Diterima

2. Inner Model

Model struktural atau yang sering dikenal dengan istilah inner model merupakan analisis untuk menguji adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model.⁴⁹

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

R-Square merupakan penilaian yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar konstruk eksogen dapat menjelaskan konstruk endogen.⁵⁰ Nilai *R-Square* pada Smart- PLS dapat diperoleh bersamaan dengan analisis validitas dan reliabilitas (outer model) pada tahap analisis *PLS-Algorithm*.⁵¹ Semakin tinggi nilai R maka semakin tinggi Tingkat akurasi prediksi.⁵² Berdasarkan nilai *R-Square*, pengaruh (atau hubungan) antar variabel dapat dinyatakan sebagai berikut.

- 1) Nilai *R-Square* ≥ 0.75 yang berarti model kuat
- 2) Niat *R-Square* $\geq 0,50-0,75$ model moderat
- 3) Niai *R-Square* $\geq 0,25-0,50$ model lemah

b. *Effect size* (F^2)

Nilai *effect size*(*F-Square*) merupakan penilaian tambahan untuk mengetahui besaran atau kekuatan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel

⁴⁹ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 7.
⁵⁰ Syahrir et al, *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*, 77.
⁵¹ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 11.
⁵² Joseph F. Hair and others, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* -, Sage, second (Los Angeles: Sage, 2017), 213.

endogenya. Nilai *F-Square* dapat diperoleh bersamaan pada tahap *PLS-Algorithm*. Berdasarkan nilai *F-Square*, kekuatan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat dikategorikan sebagai berikut:⁵³

- 1) Nilai *F-Square* $< 0,02$ berarti tidak ada pengaruh.
- 2) Nilai *F-Square* $0,02 - < 0,15$ berarti ada pengaruh kecil.
- 3) Nilai *F-Square* $0,15 - < 0,35$ berarti ada pengaruh medium.
- 4) Nilai *F-Square* $\geq 0,35$ berarti ada pengaruh besar.

c. *Path Coefficients* atau koefisien jalur

Setelah menjalankan algoritma PLS-SEM, estimasi diperoleh untuk mengetahui signifikansi dan kekuatan hubungan model struktural (*path coefficients*), yang mewakili hubungan yang dihipotesiskan di antara konstruksi. *Path coefficients* memiliki nilai standar kira-kira antara -1 dan +1 (nilai bisa lebih kecil/lebih besar tetapi biasanya berada di antara batas-batas ini). Estimasi koefisien jalur yang mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat (dan sebaliknya untuk nilai negatif) yang biasanya signifikan secara statistik (yaitu, berbeda dari nol dalam populasi). Semakin dekat estimasi koefisien ke 0, semakin lemah hubungan tersebut. Nilai yang sangat rendah mendekati 0 biasanya tidak berbeda nyata dari nol.⁵⁴

d. Model Fit

Model fit merupakan indikator kesesuaian (kecocokan) sebuah model. Untuk menilai kelayakan model pada *model fit*, dapat dilihat dari nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Nilai SRMR adalah perbedaan akar rata-rata kuadrat antara korelasi yang diamati dan korelasi yang tersirat dalam model. Karena SRMS merupakan ukuran kecocokan mutlak, maka nilai 0 menunjukkan kesesuaian sempurna. Dalam hal ini, model dikatakan layak atau cocok untuk

⁵³ Hardisman, *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*, 11.

⁵⁴ Joseph F. Hair and others, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* -, Sage, second (Los Angeles: Sage, 2017), 210.

menjelaskan hubungan antar variabel tersebut apabila nilai SRMR <0,08 atau dapat ditoleransi hingga >0,1.⁵⁵

3. Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Uji hipotesis merupakan prosedur *bootstrapping* yang menghasilkan nilai t-statistik untuk setiap jalur hubungan. Nilai t statistik ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel. Dalam hal ini, nilai t-tabel dapat ditentukan berdasarkan tingkat kepercayaan, seperti 90%, 95%, atau 99%. Apabila menggunakan tingkat kepercayaan 95%, maka presisi atau batas ketidakakuratan (α)=5% atau 0,05.⁵⁶

Dalam pengujian hipotesis ini, terdapat dua pengujian yaitu uji pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*). Uji pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) merupakan evaluasi atau pengujian yang digunakan untuk mengetahui dan menganalisis kekuatan hubungan variabel intervening (mediasi, moderasi) dengan variabel lain. Intervening ini dapat terjadi apabila sebuah variabel dapat mempengaruhi hubungan antara variabel bebas (independent) dan terikat (dependent). Dalam hal ini, perubahan pada variabel bebas menyebabkan perubahan pada variabel mediator dan akhirnya menyebabkan perubahan pada variabel terikat.⁵⁷ Dengan *bootstrapping* dapat memperoleh nilai *t* (T-statistics) dan nilai *p* (*p-value*).

a. Nilai *t* (T-statistics)

Nilai *t* (T-statistics) lebih besar dari nilai kritis *t* (*tabel*), maka dapat disimpulkan bahwa koefisien signifikan secara statistics pada probabilitas kesalahan tertentu, yaitu tingkat signifikan. Nilai signifikan yang digunakan (*two-tailed*) *t-value* 1,65 (*significance level* = 10%), 1,96 (*significance level* = 5%), dan 2,85 (*significance level* = 1%)

b. Nilai *p* (*p-value*)

Koefisien dapat dinyatakan signifikan, apabila nilai *p*(*p-value*) lebih kecil dari tingkat signifikan, maka dinyatakan signifikan. Dalam pengaplikasian biasanya mengasumsikan tingkat signifikasi sebesar 5%. Apabila

⁵⁵ Joseph F. Hair and others, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* -, Sage, second (Los Angeles: Sage, 2017), 208.

⁵⁶ Syahrir et al, Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan, 80.

⁵⁷ Syahrir et al, , Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan, 79.

nilai $p(p\text{-value})$ dibawah 0,05 ($<5\%$) (tingkat signi fikasi = 5%) dan 2,33 (tingkat signifikasi = 1%) dapat dikatakan signifikan.⁵⁸



⁵⁸ Joseph F. Hair and others, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* -, Sage, second (Los Angeles: Sage, 2017), 168.