

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian adalah sebuah cara untuk menemukan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan atau rumusan masalah dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan ilmiah⁶⁹. Secara umum, metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu⁷⁰. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang harus diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Yang dimaksud dengan cara ilmiah adalah penelitian harus berdasarkan ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan harus masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara yang dilakukan dapat diamati oleh indra manusia, sehingga cara-cara yang digunakan dapat diketahui dan diamati oleh orang lain. Sistematis artinya proses yang dilakukan dalam penelitian menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis⁷¹. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menghasilkan penemuan, yang dilakukan menggunakan prosedur

⁶⁹ Endang Mulyatiningsih, *Riset Terapan Bidang Pendidikan Dan Teknik*, ed. by Arif Nuryanto (Surabaya: UNY Press, 2011).

⁷⁰ Muhammad Ramdhan, *Merode Penelitian*, ed. by Aidil Amin Efendi (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMD), 2021).

⁷¹ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif hlm.3

statistic atau cara lain secara kuantitatif (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala yang mempunyai karakteristik atau yang disebut variabel⁷².

Rumusan masalah pada penelitian ini, penulis menggunakan rumusan masalah asosiatif dimana, rumusan masalah asosiatif adalah rumusan yang digunakan dalam penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antar dua variabel⁷³. Penelitian ini menggunakan kausal, yaitu hubungan yang bersifat tidak secara langsung kebetulan tetapi karena akibat pengaruh variabel X sebagai variabel Independen terhadap variabel Y sebagai variabel dependen dan data empiris yang mendukung hubungan tersebut⁷⁴. hubungan kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu berupa kesimpulan penelitian. Variabel adalah komponen utama dalam penelitian, oleh sebab itu penelitian tidak akan berjalan tanpa ada variabel yang diteliti. Karena variabel merupakan objek utama dalam penelitian untuk menentukan variabel tentu harus dengan dukungan teoritis yang diperjelas melalui hipotesis penelitian,⁷⁵

⁷² Andra Tersiana, *Metode Penelitian* (Anak Hebat Indonesia, 2018).

⁷³ Rika Pangesti, 'Contoh Rumusan Masalah Lengkap Dengan Pengertiannya Dan Jenisnya', *Detikedu*, 2022. Diakses 09 Oktober 2023

⁷⁴ Gudono, 'Analisis Arah Kausalitas (Causal Ordering)', *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Gadjah Mada)*, 21.1 (2006), hlm.83.

⁷⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metode Penelitian*, 2022.

Untuk data yang akurat dalam penelitian maka diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau suatu kelompok orang mengenai fenomena sosial.

Ada beberapa jenis variabel menurut jenis dan kegunaannya, sebagai berikut⁷⁶:

1. Variabel Independen

Variabel bebas adalah variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel lain, variabel bebas merupakan penyebab perubahan variabel lain. Dalam struktural variabel bebas juga disebut endogen. Disebut variabel bebas karena variabel ini tidak bergantung pada variabel lain. Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). bergantung pada variabel lain. Variabel ini dinyatakan dengan X. Untuk data yang akurat dalam penelitian maka diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*.

Dalam penelitian ini variabel independennya adalah:

a. Kualitas Produk (X₁)

Kualitas Produk adalah evaluasi menyeluruh pelanggan aras kebaikan kinerja barang dan jasa. Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan

⁷⁶ Syafrida Hafni Sahir, *metode penelitian*, 2022 hlm. 16-17

konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dan sangat penting untuk mengetahui loyalitas terhadap konsumen.

b. Harga (X_2).

Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Harga untuk mencapai kepuasan dan manfaat.

c. *Celebrity Endorsement* (X_3)

Celebrity Endorsement sebagai kegiatan memanfaatkan seorang artis, entertainer, atlet dan publik figur yang mana banyak diketahui oleh orang banyak untuk keberhasilan di bidangnya masing-masing dari bidang yang didukung

2. Variabel Dependen

Variabel Terikat adalah Variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, variabel terikat merupakan akibat dari variabel bebas. Dimana variabel ini dinamakan variabel terikat karena tinggi rendahnya minat beli ulang itu diakibatkan oleh adanya kualitas produk, harga, *celebrity endorsement* sebagai variabel independen.

Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Minat beli ulang konsumen merupakan keputusan terencana seseorang untuk melakukan pembelian kembali atas produk dan jasa tertentu dengan mempertimbangkan pengalaman setelah menggunakan produk atau jasa. Dan untuk data yang akurat dalam penelitian maka diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*.

3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi pengaruh antara variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini menjadi penyela/antara yang terletak antara independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel ini dinyatakan dengan Z.

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan sebelum benar-benar melakukan proses pembelian, kepuasan pelanggan adalah salah satu yang berperan pada minat beli ulang dan membuktikan bahwasanya variabel kepuasan pelanggan dapat menjelaskan minat beli ulang.

Untuk data yang akurat dalam penelitian maka diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau suatu kelompok orang mengenai fenomena sosial.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Kualitas Produk (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Fitur (<i>Feature</i>) 4. Daya Tahan (<i>Durability</i>) 5. Estetika (<i>Aesthetics</i>) 	Sugiyono (2009)
Harga (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terjangkau atau tidaknya harga, 2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk, 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 	Enos korowa (2018)
Celebrity Endorsement (X ₃)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visibility 2. Credibility Endorsement 3. Attractiveness 4. Power 	Puspa Bella (2020)
Minat Beli Ulang (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif 	Darwin (2017)
Kepuasan Pelanggan (Z)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan (<i>expectations</i>) 2. Kinerja (<i>performance</i>) 3. Perbandingan (<i>comparison</i>) 4. Pengalaman (<i>experience</i>) 	Doni Joni (2017)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dalam suatu daerah terdapat banyaknya jumlah objek atau orang. Menurut Roflin, karakteristik dari populasi yaitu sebaran dan ciri, oleh sebab itu populasi wajib memiliki batasan yang tegas, siapa, di mana, kapan, dan dapat memperkirakan jumlah dari populasi itu dengan pasti biasanya disimbolkan dengan huruf (N). Singkatnya populasi ialah suatu objek yang akan digeneralisasikan kemudian ditarik kesimpulannya⁷⁷.

Populasi dalam konteks penelitian merupakan objek keseluruhan dalam sebuah penelitian atau dapat dikatakan populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu-individu yang karakternya akan diteliti. Populasi itu dapat berupa orang, benda, perusahaan, sampai lembaga yang sifatnya dapat dihitung jumlahnya⁷⁸.

Pada penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah pengguna produk Rabbani baik laki-laki maupun Perempuan mau itu *fashion* atau hijabnya yang berdomisili di Tasikmalaya. Untuk mengetahui minat beli ulang pada produk Rabbani dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Ukuran populasi pada penelitian ini tidak dapat dipastikan secara *definitive* (tidak dapat memberikan diagnosis pasti) jumlah karena tidak ada sumber data yang pasti.

⁷⁷ Nalar Activity, 'Menentukan Sampel Bila Populasi Tidak Diketahui', *Penalaran-Ung*, 2023 <<https://penalaran-unm.org>>.

⁷⁸ Tim Editor, 'Apa Itu Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian', *Sampoerna University*, 2022 <<https://www.sampoernauniversity.ac.id>>.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sampel. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulan yang dipelajari dari sampel akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu yang diambil dari populasi harus representatif (mewakili)⁷⁹

Dalam penelitian ini karena tidak diketahui secara pasti, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*, dimana teknik menentukan sampel ini populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu⁸⁰. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu konsumen Rabbani di Tasikmalaya.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan Solimun terkait pedoman dalam penentuan besaran ukuran sampel untuk SEM dapat dilihat sebagai berikut:

1. Apabila pendugaan parameter menggunakan metode *maximum likelihood estimation* (MLE) atau kemungkinan maksimum maka besar sampel yang disarankan yaitu antara 100 hingga 200 sampel, dengan minimum sampel sebesar 50 sampel.
2. Sama dengan 5 sampai 10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel⁸¹.

⁷⁹ Sugiyono, *Nonparametrik Untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA, 2015). hlm 92

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. hlm. 134

⁸¹ Dwita Soave, Natio Marbun, and Mariana Simanjuntak, 'Prosiding Seminar Nasional Ekonomi-Bisnis Pp', 2020, 2021, hlm. 130–42.

Dalam Penelitian ini terdapat indikator sebanyak 42 item. Merujuk pada poin kedua, maka ukuran sampel minimal yaitu 5×42 atau sebesar 210 sampel, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 210 orang sebagai responden pada konsumen Rabbani di wilayah Tasikmalaya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan untuk menemui responden penelitian dan meminta mereka untuk mengisi angket penelitian (jika menggunakan angket sebagai instrumen penelitian); mengamati kegiatan (jika menggunakan pedoman pengamatan semacam daftar cek); mencatat angka-angka atau kata-kata yang berkaitan dengan topik penelitian (jika menggunakan pedoman dokumentasi); atau aktivitas lainnya yang relevan⁸².

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data⁸³. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan menyerahkan pertanyaan yang bersifat tertutup atau terbuka untuk diisi oleh responden⁸⁴. Angket merupakan metode pengumpulan data yang paling populer. Angket sering digunakan untuk *polling* atau survei yang melibatkan populasi yang sangat luas⁸⁵. Dalam penelitian ini akan disebarakan angket untuk para konsumen pengguna

⁸² Wahid Murni, 'Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif', 2017, hlm. 1–16.

⁸³ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D'. (Bandung: ALFABETA, 2015) hlm. 224

⁸⁴ Etsy Aryani, *Asesmen Teknik Tes Dan Non Tes* (Malang: CV. IRDH, 2018). hlm. 57

⁸⁵ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2014). hlm.52

produk Rabbani di Tasikmalaya. Yang melalui online maupun offline, dan untuk offline meminta bantuan ke outlet Rabbani untuk memastikan konsumen Rabbani yang datang ke outlet mengisi kuisioner penelitian penulis. Serta sebar angket secara offline ke sekolah dan pesantren.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. instrumen penelitian yang diartikan sebagai alat bantu merupakan sarana yang dapat diwujudkan dalam bentuk benda, misalnya angket, daftar cocok atau pedoman wawancara, lembar pengamatan atau panduan pengamatan, soal tes, dan skala sikap⁸⁶

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung pada jumlah variabel. Untuk menghasilkan data yang akurat dalam penelitian maka diperlukan skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau suatu kelompok orang mengenai fenomena sosial.

Untuk memudahkan penyusunan instrumen maka diperlukan kisi kisi instrument yang diadopsi dari Maria Kusuma (2012), Sonny (2020), dan Anissa Dwi (2011)

⁸⁶ Firdaus Muqorrobin, 'Instrumen Penelitian', *Metodologi Penelitian*, 2010, hlm.15–20.

Tabel 3.2 kisi-kisi Instrument

Variabel Penelitian	Indikator	Item	Jumlah Item
Kualitas Produk (X_1)	Kinerja (<i>performance</i>)	2	10
	Keistimewaan (<i>Features</i>)	2	
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	2	
	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	2	
	Estetika (<i>Aesthetics</i>)	2	
Harga (X_2)	Terjangkau	2	8
	Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk,	2	
	Daya saing harga	2	
	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	2	
<i>Celebrity Endorsement</i> (X_3)	Visibility	2	8
	Credibility Endorsement	2	
	Attractiveness	2	
	Power	2	
Minat Beli Ulang (Y)	Minat transaksional	2	8
	Minat referensial	2	
	Minat preferensial	2	
	Minat eksploratif	2	
Kepuasan Pelanggan (Z)	Harapan (<i>expectations</i>)	2	8
	Kinerja (<i>performance</i>)	2	
	Perbandingan (<i>comparison</i>)	2	
	Pengalaman (<i>experience</i>)	2	
	Total		42

Jawaban setiap instrument dapat berupa kata-kata sebagai berikut⁸⁷:

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

Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel⁸⁸

F. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Ketajaman dan ketepatan dalam penggunaan alat analisis sangat dibutuhkan keakuratan pengambilan kesimpulan, karena itu kegiatan analisis data merupakan kegiatan yang tidak dapat diabaikan begitu saja alat analisis penelitian⁸⁹.

Pada penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan selesainya data dari semua responden terkumpul. Kegiatan pada analisis data artinya mengelompokkan data sesuai variabel dan jenis responden,

⁸⁷ Ismail Nurdin and M Si, *Metodologi Penelitian Sosial*, hlm. 159-160

⁸⁸ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D'.... hlm. 121-122

⁸⁹ Ali Muhson, 'Teknik Analisis Kuantitatif, hlm. 1-7

metabulasi data sesuai variabel dari seluruh responden, metabulasi data sesuai berdasarkan variabel asal semua responden, menyajikan data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan buat menjawab setiap rumusan dilemma, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan⁹⁰. Langkah-langkah yang dilakukan penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*.

Metode pengolahan data dalam penelitian ini artinya menggunakan persamaan pemodelan *Structural Equation Modeling (SEM)*. SEM artinya metode *statistic multivariate* yang dapat dipergunakan buat memutuskan model korelasi (kausalitas) antara variabel secara menyeluruh (komprehensif), kompleks serta berbentuk sistem⁹¹. Dalam penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS yang disebut juga teknik *prediction-oriented*. Pendekatan SEM-PLS secara khusus bermanfaat buat memprediksi variabel dependen dengan melibatkan banyak variabel independen. *Software* yang digunakan oleh penulis adalah SmartPLS 4.

SEM-PLS merupakan sebuah pendekatan pemodelan kausal yang bertujuan memaksimalkan variasi variabel laten *criterion* yang dapat dijelaskan (*Explained Variance*) oleh variabel laten *predictor*⁹².

Berikut adalah langkah-langkah teknik analisis data pada SEM PLS:

a. Sample size

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung:Alfabeta, 2029), hlm. 226

⁹¹ Muhammad Yusuf, Syahrir, Danial, Eni Yulinda, *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020).hlm.48

⁹² Dwi Ratmono Prof. Mahfud Sholihin, *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2020) hlm. 6 <<https://books.google.co.id>>.

Sample Size digunakan untuk mengukur jumlah sampel minimal dalam sebuah penelitian untuk diuji antar variabelnya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 210 orang responden konsumen produk Rabbani di Tasikmalaya. Dari jumlah sampel tadi sudah cukup berasal batas jumlah minimal sampel yang sudah dipengaruhi pada sampel size *recommendation for SEM-PLS*.

b. Outer Model (Model Pengukuran *measurement* model)

Model ini menjelaskan secara spesifik kausalitas atau hubungan antara variabel laten baik endogen maupun eksogen dengan indikator atau pengukuran dalam variabel yang ada⁹³. Validitas konvergen merupakan Sebagian dari *measurement model* (model pengukuran) yang dalam SEM-PLS biasanya disebut *confirmatory faktor analisis* (CFA). Terdapat dua kriteria untuk menilai apakah *outer model* (model pengukuran) memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif, yaitu: *loading* harus diatas 0,7 dan nilai *p* signifikan (<0.05)⁹⁴. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas.

1) Uji Reabilitas Indikator

Dalam PLS-SEM selain pengujian validitas juga dilakukan pengujian reabilitas. Uji reabilitas digunakan untuk membuktikan

⁹³ Dwi Kismayanti Respati Ayatullah Michael Musyaffi , Hera Khairunnisa, *KONSEP DASAR STRUCTURAL EQUATION MODEL- PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS* (Tangerang: Pascal Books, 2021).hlm.10

⁹⁴ Arief Wibowo Yehu Wangsajaya, Muhammad Zarlis, Zakarias Situmorang, *Monograf Model Pengukuran Kualitas Layanan Publik Dengan Indikator Presisi Polri Berbasis Kecerdasan Buatan* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2023). hlm. 57-67

akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk⁹⁵. Mengukur reabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Rule of Thumb* untuk menilai reabilitas konstruk adalah nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0.70. Namun demikian, penggunaan *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberi nilai yang lebih rendah (underestimate) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability*⁹⁶.

2) Uji *Internal Consistency Reliability*

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latinnnya. Indikator penilaian *Internal Consistency Reliability* adalah nilai *composite reliability* 0,6-0,7 dianggap memiliki reliabilitas yang baik, dan *Cronbach's alpha* yang diharapkan adalah $>0,7$ ⁹⁷.

3) Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran-pengukuran dari suatu konstruk seharusnya

⁹⁵ Latan Hengki Imam Ghazali, *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0*; (Yogyakarta: BPFE, 2015). Hlm.75

⁹⁶ M.M Rahman solling hamid. S.E. and M.M Dan Dr.Suhardi M Anwar, Drs., *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program SmartPLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. hlm.42

⁹⁷ Marcoulides G Chin W, 'The Partial Least Squares Approach to Structural Formula Modeling', *Advances in Hospitality and Leisure*, 8 (2) .January 1998, hlm. 5.

berkorelasi tinggi⁹⁸. Uji validitas indikator reflektif dengan program SmartPLS dapat dilihat dari nilai loading factor untuk tiap indikator konstruk⁹⁹. *Rule of Thumb* untuk menilai validitas konvergen adalah nilai loading factor harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat confirmatory dan antara 0.6–0.7 untuk penelitian yang bersifat *exploratory*, serta nilai average variance inflation factor (AVE) harus lebih besar dari 0.5¹⁰⁰

4) Uji Validitas Diskriminan

Discriminant validity adalah untuk mengetahui seberapa jauh suatu variabel/konstruk berbeda dengan konstruk lainnya. Secara teori dan teruji secara statistic. Evaluasi dalam *discriminant validity* dapat dilakukan dengan pengujian *fornell-larcker criterion* dimana menurut pengujian ini *discriminant validity* yang baik adalah apabila akar AVE suatu konstruk harus lebih besar dari korelasi dengan konstruk yang lainnya. Yang bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukuran yang baik bagi konstraknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi tinggi.

⁹⁸ H.M. Jogiyanto, *Konsep Dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE. (Yogyakarta: BPFE, 2011).

⁹⁹ *Ibid.*, hlm. 74

¹⁰⁰ *Ibid.*, hlm.74

- a. Nilai *Cross Loading* masing-masing konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7
- b. *Fornell-Larcker Criterion* *Fornell-Larcker Criterion* merupakan metode lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan *Fornell Larcker Criterion*, sebuah metode tradisional yang telah digunakan lebih dari 30 tahun, yang membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat 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. Evaluasi Model *Structural* (Inner Model) Evaluasi model struktural atau dikenal dengan inner model adalah mengevaluasi (mengecek) adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model. Guna mengukur kemampuan prediksi model, maka digunakan sebagai berikut:

- 1) Koefisien Determinasi (R²) Koefisien determinasi (R²) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R²) diharapkan antara 0 dan 1. Nilai R²=0,75 (model kuat), R² = 0,50 (model moderator), R² = 0,25 (model lemah). Sedangkan menurut Chin memberikan kriteria nilai R² = 0,67 (model kuat), R² = 0,33 (model moderat), dan R² = 0,19 (model lemah)¹⁰¹.
- 2) *Effect Size* (f²) *Effect Size* (f²) bertujuan untuk menilai apakah ada/tidak hubungan yang signifikan antara variabel. Menurut Wong (2013) bahwa seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan effect size (fsquare). Nilai f²=0,02 (kecil), f² = 0,15 (sedang), dan f² = 0,35 (besar), serta nilai f² ,0,02 dapat diabaikan atau dianggap tidak ada efek¹⁰².
- 3) *Path Coefficients* atau koefisien jalur Path coefficient atau koefisien jalur, bertujuan untuk melihat signifikan dan kekuatan hubungan, dan juga untuk menguji hipotesis. Nilai path coefficients berkisar antara -1

¹⁰¹ *Ibid.*.

¹⁰² Ahmad Reda Alzighaibi, 'Cybersecurity Attacks on Academic Data and Personal Information and the Mediating Role of Education and Employment', *Journal of Computer and Communications*, 09.11 (2021), hlm.77–90 <<https://doi.org/10.4236/jcc.2021.911006>>.

hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat.

1. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian inner model (model structural) yang meliputi output R square, koefisien parameter dan statistik. Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak yaitu dengan memperhatikan nilai signifikan antara konstruk, t statistik, dan p-values. Pengujian ini menggunakan software SmartPLS (*Partial Least Square*) 4.0. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat melalui perhitungan *bootstrapping*. *Rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t statistik $> 1,96$ dengan tingkat signifikansi p value 0,10 (10%)¹⁰³.

G. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Tempat

Tempat yang dijadikan lokasi penelitian ini adalah outlet-outlet Rabbani Tasikmalaya. baik itu, yang di Kota Tasikmalaya atau yang terletak di Kab.Tasikmalaya provinsi Jawa Barat Negara Indonesia.

¹⁰³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2016).

