

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian untuk mengumpulkan dan menganalisis data untuk mencapai tujuan tertentu. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁷⁹

Metode kuantitatif yang digunakan ini bersifat angka yang dianalisis dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Metode ini bertujuan mengetahui adanya pengaruh antara variabel independen yakni keragaman produk (X_1), sertifikasi halal (X_2), lokasi usaha (X_3) dan keputusan pembelian (Y) melalui Intensi (Z).

B. Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu sifat pada objek yang menjadi fokus penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Variabel menurut Almasdi Syahza diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi obyek pengamatan

⁷⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020., hlm. 8.

penelitian. Sering pula dinyatakan variabel penelitian itu sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti.⁸⁰

Adapun hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka macam-macam variabel penelitian ini dapat dibedakan menjadi variabel dependen dan independen yakni:⁸¹

1. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dinyatakan dengan variabel Y. Dalam penelitian ini variabel yang dependen yang digunakan yakni keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang diambil oleh individu terhadap suatu produk yang akan ia konsumsi setelah mempertimbangkan beberapa hal yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen .

2. Variabel Independen

Variabel independen ini sering disebut dengan variabel stimulus, predictor, antecedent, atau variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁸⁰ Almasdi Syahza, *Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian Skripsi*, UR Press, Edisi Revi., vol. 52 (Pekanbaru: UR Press, 2021)., hlm. 65.

⁸¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.*, hlm. 38-39.

a. Keragaman produk (X_1)

Kegaragaman produk merupakan suatu variasi atau perbedaan antara sekumpulan produk baik dari segi wujud, bentuk, ukuran, harga, kualitas, warna, dan lain-lain yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.

b. Sertifikasi Halal (X_2)

Sertifikasi Halal merupakan suatu pengakuan dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia untuk menyatakan kehalalan suatu produk seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan berbagai produk lainnya sehingga memberikan rasa aman dan layal dikonsumsi bagi para konsumennya terutama konsumen muslim.

c. Lokasi Usaha (X_3)

Lokasi usaha merupakan suatu tempat usaha baik itu jasa ataupun tempat produk itu diperjual belikan sehingga konsumen bisa berkunjung untuk membeli atau memesan produk yang dibutuhkan untuk menghasilkan keuntungan.

3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara

variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

Dalam penelitian ini variabel intervening yang digunakan adalah variabel intensi. intensi merupakan suatu niat atau ketertarikan yang terdapat dalam psikologis individu manusia terhadap suatu objek untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Dalam hal ini intensi yang dimaksud adalah niat yang muncul dari konsumen yang berencana untuk membeli atau menggunakan suatu produk tertentu melalui proses pencarian informasi.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator
1.	Keputusan pembelian	a. Pilihan produk / jasa b. Pilihan merek c. Pilihan penyalur d. Waktu pembelian e. Jumlah Pembelian
2.	Intensi	a. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk b. Pertimbangan untuk membeli c. Tertarik untuk mencoba. d. Ingin mengetahui produk e. Ingin memiliki produk.
2.	Keragaman Produk	a. Wujud atau model. b. Harga. c. Tampilan d. Komposisi.

3.	Sertifikasi Halal	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan label halal . b. Melakukan pemilihan produk berdasarkan label halal. c. Selalu berhati-hati dalam memilih produk berlabel halal. d. Perhatikan perbedaan antara label halal asli dan tidak asli.
4.	Lokasi Usaha	<ul style="list-style-type: none"> a. Akses, b. Visibilitas c. Lalu lintas (<i>traffic</i>) d. Tempat parkir e. Ekspansi f. Lingkungan

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸² Populasi ini dapat diartikan sekumpulan objek atau subjek yang menjadi fokus penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang melakukan pembelian produk Mixue di Tasikmalaya.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagai bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu yang dapat mewakili populasinya. Sampel

⁸² *Ibid.*, hlm. 80.

digunakan jika populasi yang diteliti besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi. Kendala tersebut dapat terjadi karena adanya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang dimiliki peneliti. Sampel yang akan digunakan dari populasi haruslah benar-benar dapat mewakili populasi yang diteliti.⁸³

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yakni menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono, teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun teknik *sampling purposive* yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁸⁴ Dimana sampel dalam penelitian ini diantaranya, Pernah melakukan pembelian mixue dalam 1 bulan terakhir, Usia 17 tahun keatas, serta pernah melakukan pembelian atau mengonsumsi produk Mixue di Kota Tasikmalaya.

Dalam penelitian ini, pengukuran sampel dihitung menggunakan rumus Hair. Dimana menurut Hair dalam Purnomo mengatakan apabila ukuran sampel terlalu besar misalnya 400, maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran *goodness-of-fit* yang baik. Sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-

⁸³ Rani Rahim et al., *Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik), Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI)* (Tasikmalaya: www.rcipress.rcipublisher.org, 2021), hlm. 72.

⁸⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.*, hlm. 84.

10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi.⁸⁵ Pada penelitian ini jumlah indikator yang digunakan sebanyak 20 indikator dikali 10. Sehingga didapat perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 200 sampel. Adapun sampel penelitian ini yakni konsumen produk Mixue di Tasikmalaya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan sumber data primer yakni kuisisioner. Kuisisioner adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memerikan suatu daftar pertanyaan tertulis kepada responden baik yang telah dirumuskan oleh peneliti. Menurut Sugiono Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁸⁶

Penelitian ini mengajukan kuisisioner dengan menyertakan pertanyaan-pertanyaan secara online dengan menggunakan *Google Form*. Link *Google Form* kemudian disebarakan melalui *WhatsApp* kepada reponden dengan kriteria pernah melakukan pembelian mixue dalam 1 bulan terakhir, Usia 17 tahun

⁸⁵ Purnomo Edwin Setyo, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 'Best Autoworks,'" *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1, no. 6 (2017): 755–764.

⁸⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.*, hlm. 142.

keatas , serta pernah melakukan pembelian atau mengonsumsi produk Mixue di Kota Tasikmalaya.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat ukur yang penting dalam penelitian karena berguna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam buku Menurut Sugiono instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Sedangkan menurut Purwanto, instrumen penelitian pada dasarnya alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen penelitian dibuat sesuai dengan 2 tujuan pengukuran dan teori yang digunakan sebagai dasar.⁸⁷

Instrumen penelitian pada penelitian ini menggunakan kuisioner yang didalamnya berisi pertanyaan-pertanyaan berkaitan antara variabel X mengenai keragaman produk, sertifikasi halal, lokasi usaha dengan variabel Y yakni keputusan pembelian yang disebarkan kepada konsumen Mixue di Tasikmalaya.

Kuisioner disusun pertanyaan yang dijawab dengan pilihan yang menggunakan pengukuran skala likert (sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju). Adapun pilihan sangat setuju pada di urutan angka 5 sampai dengan urutan angka 1 berada pada pilihan sangat tidak setuju. Pilihan jawaban tersebut sebagai penilaian yang sesuai dengan tanggapan responden.

⁸⁷ Komang Sukendra and Kadek Surya Atmaja, *Instrumen Penelitian*, ed. Teddy Fiktorius, Mahameru Press (Mahameru Press, 2020).

Agar memudahkan penyusunan instrumen penelitian, maka diperlukan kisi-kisi instrument penelitian yang disusun sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item
Keragaman Produk	Wujud atau model	1) Menurut saya, produk Mixue memiliki bentuk yang menarik dan sesuai dengan selera saya. 2) Saya menyukai bentuk penyajian es krim Mixue yang unik dan berbeda dari produk lain.	1,2
	Harga	1) Saya memilih Mixue Ice Cream karena harga nya terjangkau 2) Menurut saya, harga produk Mixue sesuai dengan kualitasnya.	3, 4
	Tampilan	1) Menurut saya, pemilihan warna pada kemasan Mixue tidak menarik. 2) Menurut saya, tampilan produk Mixue menarik dan membuat saya ingin untuk membelinya.. 3) Menurut saya, tulisan pada kemasan Mixue mudah dibaca dan dikenali	5, 6, 7
	Komposisi	1) Menurut saya, komposisi bahan dalam produk Mixue	8, 9.

		<p>sesuai dengan selera saya.</p> <p>2) Saya menyukai perpaduan rasa dan topping yang digunakan dalam produk Mixue.</p>	
Sertifikasi Halal	Menggunakan label halal	<p>1) Saya sering membeli produk yang memiliki label halal</p> <p>2) Saya percaya bahwa produk berlabel halal lebih aman untuk dikonsumsi</p>	10, 11,
	Melakukan pemilihan produk berdasarkan label halal.	<p>1) Saya merasa label halal menjadi pertimbangan utama saya dalam memilih produk Mixue.</p> <p>2) Saya memilih mengonsumsi produk yang telah disertifikasi halal.</p>	12, 13
	Selalu berhati-hati dalam memilih produk berlabel halal	<p>1) Saya selalu mengecek produk yang berlabel halal sebelum membelinya</p> <p>2) Saya selalu berhati-hati dalam memilih produk berlabel halal</p>	14, 15
	Perhatikan perbedaan antara label halal asli dan tidak asli	<p>1) Saya memahami perbedaan antara label halal asli dan tidak asli</p> <p>2) Saya memperhatikan label halal yang digunakan pada produk mixue dengan benar</p>	16, 17, 18

		3) Menurut saya, tidak penting untuk mengetahui cara membedakan label halal asli dan tidak asli.	
Lokasi Usaha	Akses	1) Saya merasa lokasi outlet Mixue mudah dijangkau oleh saya 2) Menurut saya, jarak lokasi layanan atau produk memengaruhi keputusan saya untuk mengaksesnya. 3) Saya merasa jalan menuju lokasi Mixue tidak nyaman dan tidak aman untuk semua pengunjung..	19, 20, 21
	Visibilitas	1) Menurut saya lokasi usaha ini mudah terlihat dari jalan utama sehingga saya mudah menemukannya 2) Saya merasa senang karena terdapat tanda atau papan nama Mixue cukup jelas dan menarik perhatian.	22, 23,
	Lalu lintas (<i>traffic</i>)	1) Saya merasa lalu lintas di sekitar lokasi usaha ini lancar dan tidak mengganggu kenyamanan saya.	24, 25

		2) Saya sering mengunjungi lokasi usaha ini karena mai dan membuat saya tertarik untuk mampir.	
	Tempat parkir	<p>1) Saya merasa tempat parkir di lokasi usaha ini luas dan mudah saya gunakan.</p> <p>2) Saya merasa tempat parkir di lokasi usaha ini aman sehingga saya merasa nyaman meninggalkan kendaraan.</p>	26, 27
	Ekspansi	<p>1) Menurut saya, lokasi usaha ini terlihat memiliki ruang yang cukup untuk pengembangan usaha di masa depan.</p> <p>2) Saya percaya usaha ini akan berkembang karena lokasi yang strategis dan luas.</p>	28, 29
	Lingkungan	<p>1) Saya merasa Suasana di sekitar gerai Mixue nyaman untuk dikunjungi dan bersantai.</p> <p>2) Menurut saya lingkungan sekitar gerai Mixue bersih dan terawat.</p>	30, 31

Intensi	Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk	1) Saya merasa tertarik untuk mencari tahu lebih banyak tentang produk Mixue 2) Saya mencari ulasan atau testimoni mengenai produk Mixue di berbagai sumber	32, 33
	Pertimbangan untuk membeli	1) Saya membandingkan produk Mixue dengan produk sejenis sebelum memutuskan untuk membeli 2) Saya menilai kualitas produk Mixue sebelum memutuskan untuk membeli 3) Saya mengevaluasi kelebihan dan kekurangan produk Mixue sebelum mengambil keputusan pembelian	34, 35, 36
	Tertarik untuk mencoba.	1) Saya tertarik untuk mencoba produk Mixue 2) Saya ingin mencoba produk Mixue untuk mengetahui kualitasnya secara langsung 3) Saya tertarik mencoba produk Mixue karena rekomendasi dari orang lain	37, 38, 39

	Ingin mengetahui produk (kemampuan untuk memberikan manfaat).	1) Saya tertarik untuk memahami bagaimana produk Mixue dapat memenuhi kebutuhan saya 2) Saya ingin mengetahui keunggulan produk Mixue dibandingkan produk lain dalam hal manfaat 3) Saya ingin mengetahui manfaat yang dapat saya peroleh dari produk Mixue	40, 41, 42
	Ingin memiliki produk.	1) Saya tertarik untuk membeli produk ini dalam waktu dekat 2) Saya merasa produk ini cocok untuk saya miliki 3) Saya merasa produk ini bukan pilihan utama saya untuk dimiliki	43, 44, 45
Keputusan Pembelian	Pilihan produk / jasa	1) Saya mempertimbangkan keunikan produk Mixue sebelum membeli. 2) Saya melakukan pembelian produk Mixue karena sesuai dengan kebutuhan saya 3) Saya menganggap kemudahan dalam mendapatkan	46, 47, 48

		produk Mixue sebagai pertimbangan utama	
	Pilihan merek	<ol style="list-style-type: none"> 1) Saya merasa merek produk Mixue ini adalah faktor penting dalam keputusan pembelian 2) Saya tidak percaya pada merek yang sudah dikenal dan populer 3) Saya memilih merek Mixue ini karena kualitas produk lebih baik dibandingkan merek lain 4) Saya memilih merek Mixue dari rekomendasi orang lain 	49, 50, 51, 52
	Pilihan penyalur	<ol style="list-style-type: none"> 1) Menurut saya ketersediaan produk Mixue di tempat pembelian ini sangat penting. 2) Saya merasa lokasi tempat pembelian Produk Mixue menjadi pertimbangan penting bagi saya. 	53, 54
	Waktu pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1) Saya membeli produk Mixue ini pada waktu tertentu karena ada promo/diskon. 	55, 56

		2) Saya merasa bahwa waktu saya membeli produk Mixue ini dipengaruhi oleh kebutuhan saya.	
	Jumlah Pembelian	1) Saya melakukan pembelian Mixue berdasarkan jumlah yang saya butuhkan. 2) Saya cenderung membeli produk Mixue dalam jumlah lebih banyak saat ada promo.	57, 58

F. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian.⁸⁸ Menurut Sugiyono Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁸⁹

Analisis data ini merupakan suatu hal yang penting karena akan menghasilkan jawaban penelitian setelah data tersebut terkumpul dan kemudian diolah. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik uji *Structural Equation Modeling* (SEM).

⁸⁸ Karimuddin Abdullah; Misbahul Jannah; Ummul Aiman; Suryadin, Hasda; Zahara Fadilla; Taqwin; Masita; Ketut Ngurah Ardiawan, and Meilida Eka Sari, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Nanda Saputra, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022)., hlm. 87.

⁸⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.*, hlm. 147.

1. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan teknik statistic multivariat yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dengan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antara indikator dengan konstruknya, ataupun hubungan antar konstruk⁹⁰

a. *Partial Least Square* (PLS)

PLS adalah metode analisis yang *powerfull* sebab tidak didasarkan pada banyak asumsi atau syarat, seperti uji normalitas dan multikolinearitas. Metode tersebut mempunyai keunggulan tersendiri antara lain data tidaklah harus berdistribusi *normal multivariate*, dan bahkan indikator dengan skala data kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat digunakan. Keunggulan lainnya adalah ukuran sampel yang tidak harus besar.⁹¹

b. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau lazim pula dikenal dengan istilah outer model merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel laten-nya. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas.⁹²

⁹⁰ Dahlia Br. Ginting, "Structural Equation Model," *Media Informatika* 8, no. 3 (2009): 121–134.

⁹¹ Syahrir et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*, PT. IPB Press (Bogor: IPB Press, 2020)., hlm. 53.

⁹² *Ibid.*, hlm. 75.

1) Uji Reliabilitas Indikator

Uji ini bertujuan untuk menilai apakah indikator pengukuran variabel laten reliabel atau tidak, yakni dengan mengevaluasi atau melihat nilai *outer loading* tiap indikator. Nilai *outer loading* harus $>0,7$ yang menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya .

2) Uji *Internal Consistency Reliability*

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

3) Uji Validitas Konvergen

Uji ini ditentukan berdasarkan dari prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen sebuah konstruk dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE seharusnya sama dengan 0,5 atau lebih. Nilai AVE 0,5 atau lebih berarti konstruk dapat menjelaskan 50% atau lebih varians itemnya.

4) Uji Validitas Diskriminan

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukur yang baik bagi konstruknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi tinggi terhadap konstruknya. Pengukur-pengukur konstruk yang berbeda, maka seharusnya tidak berkorelasi tinggi

c. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) Evaluasi model struktural atau lazim juga dikenal dengan *inner model* adalah mengevaluasi (mengecek) adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model. Guna mengukur kemampuan prediksi model, maka digunakan 5 (lima) kriteria yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF), koefisien determinasi (R^2), *cross-validated redundancy* (Q^2), *effect size* (f^2), dan *path coefficients* atau koefisien jalur.⁹³

- 1) *Variance Inflation Factor* (VIF), bertujuan untuk mengevaluasi kolinearitas. Multikolinearitas cukup sering ditemukan dalam statistik dan merupakan fenomena di mana dua atau lebih variabel bebas atau konstruk eksogen berkorelasi tinggi sehingga menyebabkan kemampuan prediksi model menjadi lemah (kurang baik). Nilai VIF harus kurang dari 5, jika lebih dari 5 mengindikasikan adanya kolinearitas antar konstruk.

⁹³ *Ibid.*, hlm. 76-77.

- 2) Koefisien determinasi (R^2), merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R^2) diharapkan antara 0 dan 1. Nilai $R^2 = 0,75$ (model kuat), $R^2 = 0,50$ (model moderat), dan $R^2 = 0,25$ (model lemah). Sedangkan menurut Chin memberikan kriteria nilai $R^2 = 0,67$ (model kuat), $R^2 = 0,33$ (model moderat), dan $R^2 = 0,19$ (model lemah).
- 3) *Cross-validated redundancy (Q²)* atau *Q-square test* digunakan untuk menilai *predictive relevance*. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance* yang akurat terhadap konstruk tertentu, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang mempunyai *predictive relevance*. Nilai *Cross-validated Redundancy (Q²)* dalam aplikasi software SmartPLS dapat diperoleh dari nilai *Blindfolding*.
- 4) *Effect Size (f²)*, dimaksudkan untuk menilai apakah ada/tidak hubungan yang signifikan antar variabel. Menurut Wong bahwa seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan *effect size (f-square)*. Nilai $f^2 = 0,02$ (kecil), $f^2 = 0,15$ (sedang), dan $f^2 = 0,35$ (besar), serta nilai $f^2 < 0,02$ dapat dabaikan atau dianggap tidak ada efek.
- 5) *Path Coefficients* atau koefisien jalur, bertujuan untuk melihat signifikansi dan kekuatan hubungan, dan juga untuk menguji hipotesis. Nilai *path coefficients* berkisar antara -1 hingga +1.

Semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang makin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif .

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian inner model (model structural) yang meliputi output R square, koefisien parameter dan tstatistik. Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak yaitu dengan memperhatikan nilai signifikan antar konstruk, tstatistik, dan p-values. Pengujian ini menggunakan software SmartPLS (Partial Least Square) 4.1.1. 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 < 0.05 (5%)

G. Tempat dan Jadwal Penelitian

A. Tempat

Dalam memperoleh data dalam Menyusun skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada masyarakat Kota/Kab. Tasikmalaya yang telah mengonsumsi produk Mixue .

B. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu yang bertahap pada tahun akademik 2024/2025. Adapun tahapan penelitian dialokasikan dalam waktu sebagai berikut:

