

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Subjek Penelitian**

##### **3.1.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian atau disebut juga variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi perhatian peneliti, perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori-teori yang bersangkutan (Sugiyono, 2023). Objek dari penelitian ini adalah *Social Media Marketing, Influencer Marketing, fear of missing out*, dan minat beli ulang pada Pengguna Iphone Generasi Z di Kota Tasikmalaya.

##### **3.1.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian dapat didefinisikan sebagai objek, peristiwa, atau individu yang menjadi lokasi data dimana variabel penelitian terkait berada, dan juga menjadi fokus permasalahan penelitian (Sugiyono, 2023). Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel penelitian diamati. Subjek dari penelitian ini adalah Pengguna Iphone Generasi Z di Kota Tasikmalaya.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu, metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dengan analisis bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2023).

### 3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023).

Variabel penelitian ini terdiri dari 4 (empat) macam variabel yang terdiri dari atas 2 (dua) variabel bebas (*independent variable*), 1 (satu) variabel terikat (*dependent variable*), dan 1 (satu) variabel mediasi (*intervening variable*). Adapun keempat variabel tersebut antara lain:

1. Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun pada penelitian ini terdiri atas 2 (dua) variabel yaitu *Social Media Marketing* dan *Influencer Marketing* (X).
2. Variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung

mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Adapun variabel medias pada penelitian ini *fear of missing out* (Y).

3. Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen (terikat). Adapun variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat beli ulang (Z).

**Tabel 3 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

N o	Variabel	Definisi Operasionalisasi	Dimensi	Indikator	Skala
1	<i>Social Media Marketing</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Social media marketing</i> adalah kegiatan mempromosikan produk dan jasa pada platform <i>media social</i> dengan menggunakan strategi khusus untuk meluncurkan atau mempromosikan produk dan menjalin hubungan komunikasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan penjualan (Saputra & Romindo, 2020)	1. <i>Context</i> 2. <i>Communication</i> 3. <i>Collaboration</i> 4. <i>Connection</i>	1. Cara Penyajian 2. Desain Pesan 3. Waktu Penyampaian Konten 4. Konten yang Disajikan  1. Respon Admin 2. Informasi yang Disampaikan 3. Gaya Penyampaian Pesan 4. Efektifitas Pesan  1. Interaksi 2. Keterlibatan 3. Kesesuaian Pesan 4. Manfaat  1. Hubungan Berkelanjutan 2. Timbal balik.	Ordinal

N o	Variabel	Definisi Operasionalisasi	Dimensi	Indikator	Skala
2	<i>Influencer Marketing</i> (X <sub>2</sub> )	<i>Influencer Marketing</i> merupakan salah satu strategi pemasaran dengan melakukan promosi penjualan oleh seseorang yang memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi konsumennya untuk melakukan keputusan (Syukur & Salsabila, 2022)	1. <i>Attractiveness</i> 2. <i>Prestige</i> 3. <i>Expertise</i> 4. <i>Information</i>	1. <i>Trustworthiness</i> (Dapat dipercaya) 2. <i>Expertise</i> (Keahlian) 3. <i>Attractiveness</i> (Daya tarik fisik) 4. <i>Respect</i> (Kualitas dihargai) 5. <i>Similarity</i> (Kesamaan dengan audiens yang dituju)	Ordinal
3	<i>Fear of Missing Out</i> (Z)	<i>Fear of missing out</i> adalah pola perilaku yang selalu merasa khawatir berlebihan dan merasakan ketakutan akan tertinggal tren (Yunarti, 2024)	1. <i>Need to Belong</i> 2. <i>Need for Popularity</i> 3. <i>Anxiety</i> 4. <i>Addiction</i>	1. Ketakutan 2. Kekhawatiran 3. Kecemasan	Ordinal
4	Minat Beli Ulang (Y)	Minat beli ulang adalah kecenderungan responden untuk membeli suatu produk lebih dari satu kali (Wijayanti et al., 2025)	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	1. Kecenderungan membeli produk 2. merekomendasikan produk 3. Memiliki preferensi utama pada produk 4. Mencari informasi produk baru	Ordinal

### 3.2.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki sifat yang umum, populasi digunakan untuk mengambil data untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang hendak diteliti apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang benar, sementara peneliti ingin meneliti tentang populasi tersebut dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2023).

Berdasarkan pertimbangan variabel yang diteliti, populasi penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Tasikmalaya yang berdasarkan Data Kependudukan Kota Tasikmalaya berjumlah 65.614 orang.

Sampel yang akan diambil untuk data ini adalah 400 orang Generasi Z yang di Kota Tasikmalaya, adapun jenis teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2023). Pertimbangan dalam pengambilan sampel penelitian adalah :

1. KTP Berdomisili di Kota Tasikmalaya;
2. Lahir antara tahun 1997 – 2012 (Generasi Z);
3. Menggunakan Smartphone dalam kegiatan sehari hari.

Dengan karakteristik ini responden dianggap mampu memahami pertanyaan dalam kuesioner dan mampu menjawabnya dengan baik.

Besarnya jumlah sampel yang harus di ambil dari populasi dalam suatu kegiatan penelitian sangat tergantung dari keadaan populasi itu sendiri (Sugiyono, 2023). Minimal ukuran sampel yang harus diambil menggunakan rumus slovin dengan signifikansi 5% adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Maka, jumlah sampel minimal yang harus digunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{65614}{1 + (65614)(0,05^2)} = \frac{65614}{165,035} = 397,5$$

Maka sesuai dengan penentuan sampel minimal berdasarkan rumus slovin, jumlah sampel yang diambil peneliti yaitu 400 orang sudah memenuhi kriteria sampel minimal analisis SEM PLS yakni 398 sampel.

### **3.2.3 Instrumen Penelitian**

Instrumen merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan penelitian, yang dibutuhkan dalam mendukung ketepatan rancangan penelitian. Instumen sebagai pengukur variabel penelitian memegang peranan penting dalam usaha memperoleh informasi yang akurat dan terpercaya. Tujuan dari pengukuran suatu variabel adalah untuk menterjemahkan karakteristik variabel ke dalam bentuk yang dapat dianalisis oleh peneliti. Dengan demikian pengukuran selalu menggunakan prosedur yang dapat merefleksikan fakta-fakta atau realitas yang ada ke dalam model analisis yang akan digunakan oleh peneliti. Bentuk-bentuk instrumen pengumpulan data dalam penelitian sosial dan psikologi antara lain adalah

wawancara, angket atau kuesioner, tes, skala-skala psikologis, dan sebagainya. Apapun bentuk instrumen pengumpulan data yang digunakan, masalah ketepatan tujuan dan penggunaan instrumen (validitas) dan keterpercayaan hasil ukurnya (reliabilitas) merupakan dua karakter yang tidak dapat ditawar-tawar, disamping tuntutan akan adanya objektifitas, efisiensi, dan ekonomis (Sugiyono, 2023).

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner yang berisikan daftar pertanyaan terkait dengan variabel yang akan diteliti dan responden memberikan jawaban dengan memilih alternatif jawaban yang paling sesuai.

### 3.2.4 Data

Data merupakan suatu fakta yang dapat diwakili dengan kode, simbol, angka, dan jenis tambahan lainnya untuk mendapatkan informasi penelitian (Sugiyono, 2023). Terdapat dua bentuk atau tipe data dalam penelitian, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Adapun dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data hasil dari serangkaian observasi atau pengukuran yang dinyatakan atau dapat dinyatakan dalam angka. Data-data tersebut diperoleh dari hasil pengukuran variabel kuantitatif (Soesana et al., 2023).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dimana dalam penelitian ini bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada para responden yang memenuhi pertimbangan, di mana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti. Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan cara diperolehnya secara langsung dari subyek/obyek penelitian atau narasumber dalam penelitian. Cara peneliti mengumpulkan data

secara langsung dengan menggunakan instrumen penelitian. Data primer memiliki keuntungan dimana peneliti memperoleh data langsung dari sumber penelitiannya sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2023).

### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dengan tepat seperti melalui wawancara (interview), angket (kuesioner), observasi (pengamatan), tes (ujian), dan dokumentasi (Soesana et al., 2023). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.

Teknik kuesioner ini dilakukan oleh peneliti dengan menyebarluaskan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden, kemudian kuesioner yang telah diisi oleh responden tersebut dilakukan pengolahan data oleh peneliti. Teknik ini dianggap sangat efisien digunakan untuk penelitian yang memiliki jumlah responden yang besar dan tersebar di berbagai wilayah. Bentuk kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pernyataan dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden terhadap beberapa pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, digunakan daftar pernyataan yang memiliki notasi huruf SS (Sangat Setuju), S (Setuju), KS (Kurang Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju). Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal, skala ordinal dipakai untuk menentukan tingkat persepsi konsumen, preferensi dan sebagainya dokumentasi

(Soesana et al., 2023). Untuk lebih jelasnya mengenai formulasi nilai, notasi dan predikat masing-masing tercantum dalam tabel berikut:

**Tabel 3 2**  
**Nilai, Notasi dan Predikat Kuesioner**

Nilai	Notasi	Predikat
1	SS	Sangat Setuju
2	S	Setuju
3	KS	Kurang Setuju
4	TS	Tidak Setuju
5	STS	Sangat Tidak Setuju

### 3.2.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2023). Tahapan ini merupakan tahapan paling utama untuk mencari dan menemukan sebuah hasil yang diharapkan berdasarkan data yang telah terkumpul. Setelah pengumpulan data selesai maka dilakukan analisis data, untuk memperoleh solusi atas masalah yang ada dalam penelitian serta menjawab pertanyaan yang muncul di dalam penelitian. Adapun dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif menggunakan pendekatan PLS-SEM.

#### 3.2.6.1 Analisis Deskriptif

Pada analisis kuantitatif deskriptif, dari seluruh data yang diperoleh dikonstruksi dan dibuat kesimpulan untuk memberikan gambaran atau petunjuk mengenai permasalahan yang ada dalam penelitian dokumentasi (Soesana et al., 2023). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis Nilai Jenjang Interval (NJI). Nilai jenjang interval adalah interval untuk menentukan sangat setuju, setuju,

kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju dari suatu variabel dokumentasi (Soesana et al., 2023). Rumus NJI tersebut sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

### **3.2.6.2 Uji SEM PLS (*Structural Equation Model Partial Least Square*)**

*Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor (factorial analysis) yang dikembangkan dalam psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (simultaneous equation modelling) yang dikembangkan dalam ekonometrika (Ghazali dalam Haryono, 2016). Metode SEM dapat digunakan untuk menganalisis penelitian yang memiliki beberapa variabel independen (eksogen), dependen (endogen), moderating dan intervening secara partial dan simultan.

SEM adalah sebuah model statistik yang memberikan perkiraan perhitungan dari kekuatan hubungan hipotesis diantara variabel dalam sebuah model teoritis, baik langsung atau melalui variabel antara (intervening or moderating). Pada teknik regresi, model penelitiannya dibangun berdasarkan satu variabel dependen dan beberapa variabel independen. Ketika model penelitian menggunakan lebih dari satu variabel dependen, dibutuhkan alat atau metode analisis lain. Metode yang bisa menyelesaikan permasalahan tanpa harus membuat beberapa persamaan regresi karena menganalisis secara terpisah merupakan hal yang kurang tepat (Ghazali dalam Haryono, 2016).

Secara garis besar metode SEM dapat digolongkan menjadi dua jenis, yaitu SEM berbasis *covariance* atau *Covariance Based Structural Equation Modelling* (CB-SEM) dan SEM berbasis varian atau komponen / *Variance* atau *Component Based SEM* (VB-SEM) yang meliputi *Partial Least Square* (PLS) dan *Generalized Structural Component Analysis* (GSCA). Sedangkan jika dilihat dari sifat pemenuhan asumsi dasar analisis SEM, terdapat istilah *Hard vs Soft Modelling*. *Covariance Based Structural Equation Modelling* (CB-SEM) disebut *Hard-Modelling*, dan SEM berbasis varian atau komponen / *Variance* atau *Component Based SEM* (VB-SEM) disebut *Soft-Modelling*.

Secara umum, PLS-SEM bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar konstruk tersebut. Konsekuensi logis penggunaan PLS-SEM adalah pengujian dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, mengabaikan beberapa asumsi (non-parametrik) dan parameter ketepatan model prediksi dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). PLS-SEM sangat tepat digunakan pada penelitian yang bertujuan mengembangkan teori (Haryono, 2016).

### 3.2.6.2.1 Pengertian PLS-SEM

Analisis *Partial Least Squares* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan pembandingan antara variabel dependen berganda dan variable independen berganda (Jogiyanto dalam Haryono, 2016). Lebih lanjut, PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data,

seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (*missing value*) dan multikolinieritas. PLS terkadang disebut juga *soft modeling* karena merelaksasi asumsi-asumsi regresi OLS yang ketat, seperti tidak adanya multikolinieritas antarvariabel independen (Hamid & Anwar, 2019).

*Partial Least Square* (PLS) dapat digunakan untuk analisis Structural Equation Modelling (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. PLS adalah teknik statistika multivarian yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Evi & Rachbini, 2022). PLS-SEM menggunakan algoritma iteratif yang terdiri atas beberapa analisis dengan metode kuadrat terkecil biasa (*Ordinary Least Squares*). Oleh karena itu, dalam PLS-SEM persoalan identifikasi tidak penting. PLS-SEM justru mampu menangani masalah yang biasanya muncul dalam analisis SEM berbasis kovarian.

Pada penggunaannya metode analisis memiliki kelebihan dan kekurangan, termasuk juga *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM). Kelebihan dari PLS, menurut Evi dan Rachbini (2022):

1. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kelompok);
2. Mampu mengelola masalah multikolinieritas antarvariabel independent;
3. Hasil tetap kokoh (*robust*), walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang (*missing value*);

4. Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis *cross-product* yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi;
5. Dapat digunakan pada konstruk reflektif dan formatif;
6. Dapat digunakan pada sampel kecil;
7. Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal;
8. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu nominal, ordinal, dan kontinu.

Adapun kelemahan-kelemahan PLS adalah sebagai berikut (Evi & Rachbini, 2022):

1. Sulit menginterpretasi *loading* variabel laten independen jika berdasarkan pada hubungan crossproduct yang tidak ada (seperti pada teknik analisis faktor berdasarkan korelasi antarmanifes, variabel independen);
2. Properti distribusi estimasi yang tidak diketahui menyebabkan tidak diperolehnya nilai signifikansi kecuali melakukan proses *bootstrap*;
3. Terbatas pada pengujian model estimasi statistika.

### **3.2.6.2.2 Tahapan PLS-SEM**

Dalam PLS-SEM, ada 2 (dua) tahapan evaluasi model pengukuran yang digunakan, yaitu model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). Model struktural (bagian dalam) model dalam konteks PLS-SEM yang mewakili kontruksi (oval). Struktur model juga menampilkan hubungan jalur antara kontruksi. Kedua, ada model pengukuran (model luar dalam PLS-SEM) dari

kontruksi yang menampilkan hubungan antara konstruk dan variabel indikator (persegi panjang). Tujuan dari dua tahapan evaluasi model pengukuran ini dimaksudkan untuk menilai validitas dan reliabilitas suatu model. Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran (Hamid & Anwar, 2019). Analisis pada tahap ini berupa algoritma PLS yang berisi prosedur iterasi yang menghasilkan skor variabel laten. Setelah diketemukan skor variabel laten, maka analisis tahap selanjutnya dilakukan (Haryono, 2016).

### **3.2.6.2.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)**

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel laten-nya. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas (Evi & Rachbini, 2022). Evaluasi terhadap model pengukuran (*outer model*) dilakukan dalam 3 (tiga) pengukuran (Ghazali dalam Haryono, 2016):

1. *Convergent Validity*, ditentukan berdasarkan dari prinsip bahwa pengukur pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas indikator reflektif dengan program SmartPLS dapat dilihat dari nilai loading factor untuk setiap indikator konstruk dan bentuk kuadrat loading factor atau disebut communality  $> 0.50$  (Ghozali dan Latan, 2011). Nilai loading factor  $\geq 0.7$  dikatakan ideal, artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibentuknya. Dalam pengalaman empiris penelitian, nilai loading factor  $\geq 0.5$  masih dapat diterima. Bahkan sebagian ahli mentolerir

angka 0,4. Dengan demikian, nilai loading factor  $\leq 0.4$  harus dikeluarkan dari model (di-drop). Nilai kuadrat dari nilai loading factor disebut communalities. Nilai ini menunjukkan persentasi konstruk mampu menerangkan variasi yang ada dalam indikator dengan minimal nilai 0,5.

2. *Discriminant Validity*, bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukur yang baik bagi konstruknya, berdasarkan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. *Discriminant validity* menggambarkan seberapa jauh variabel yang dibangun berbeda dengan variabel lainnya dan teruji secara statistik. Pengujian *discriminant validity* dilakukan pada tingkat indikator dan variabel. Ukuran lainnya adalah nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE menggambarkan besarnya keragaman variable manifest yang dapat dimiliki oleh konstruk laten. Semakin besar varian atau keragaman variabel manifest yang dapat dikandung oleh konstruk laten, semakin besar representasi variabel manifest terhadap konstruk latennya. Nilai AVE minimal 0.5 menunjukkan ukuran *convergent validity* yang baik. Artinya, variabel laten dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya.
3. *Composite Reliability*, untuk mengukur reliability digunakan *Composite Reliability* (CR) yang merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada *view latents coefficients*. Untuk mengevaluasi *composite reliability*, nilai batas  $\geq 0.7$  dapat diterima, dan nilai  $\geq 0.8$  sangat memuaskan. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai composite

reliability nya 0,70, sedangkan *Cronbach's alpha*, merupakan uji reliabilitas yang dilakukan untuk memperkuat hasil dari *composite reliability*, nilai crochbach alpha 0,6 masih dapat diterima, namun jika instrumen memiliki nilai <0,6 maka alat ukur tersebut tidak reliabel.

**Tabel 3 3**  
**Evaluasi Model Pengukuran**

<b>Validitas dan Reliabilitas</b>	<b>Parameters</b>	<b>Rule of Thumb</b>
<i>Validitas Convergent</i>	<i>Loading Factors</i>	>0,5
	<i>Communality</i>	>0,5
<i>Validitas discriminant</i>	<i>Fornell Larcker Criterion (FLC)</i>	FLC Konstruk laten sendiri > konstuk lainnya
	<i>Cross Loading</i>	>0,7
<i>Composite reliability</i>	<i>AVE</i>	>0,5
	<i>Cronbach;s Alpha</i>	>0,6
	<i>Composite Reliability</i>	>0,7

### **3.2.6.2.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

*Inner model* merupakan model struktural, berdasarkan nilai koefisien jalur, melihat seberapa besar pengaruh antar variabel laten dengan perhitungan bootstrapping. Evaluasinya dilakukan dengan melihat kriteria nilai *R-Square* dan nilai signifikansi (Hamid & Anwar, 2019). Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (inner model) yaitu:

1. *R-Square* (R2) digunakan untuk mengukur proporsi variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil *R-square* 0.69, 0,33 dan 0.19 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, moderate, dan lemah.

2. *F-Square* (F2) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Nilai *F-Square* 0,02, 0,15, dan 0,35 masing-masing mengindikasikan bahwa model kecil/buruk, sedang dan besar/baik.
3. *Q-Square* (Q2) digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* > 0 (nol) memiliki nilai relevansi prediksi yang baik, sedangkan nilai *Q-square* < 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediksi yang baik. Rumus untuk mencari nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut :  

$$Q2 = 1 - (1 - R^2_{12}) \times (1 - R^2_{22})$$
4. *Collinearity Statistic, Variance Inflation* (VIF) Pengujian kolinearitas adalah untuk membuktikan korelasi antar konstruk apakah kuat atau tidak. Jika terdapat korelasi yang kuat berarti model mengandung masalah. Masalah ini disebut dengan kolinearitas (*collinearity*). Nilai yang digunakan untuk menganalisisnya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria nilai VIF adalah jika nilai VIF > 5,00 artinya ada masalah kolinearitas, sedangkan jika nilai VIF < 5,00, artinya signifikan.
5. *Evaluasi Godness Of Fit*, Semakin besar nilai GoF maka penggambaran model semakin sesuai. Kategori nilai GoF menjadi tiga, yaitu 0,1 (lemah), 0,25 (moderat), dan 0,36 (besar). Nilai GoF menunjukan model pengukuran (outer model) dengan model struktural (*inner model*) sudah layak atau valid.  

$$GoF = \sqrt{Com \times R - square}$$
dimana com merupakan rata-rata nilai communality dan *R-Square* merupakan nilai rata-rata R2 dalam model.

**Tabel 3.4**  
**Evaluasi Model Stuktural**

<b>Kriteria</b>	<b>Rule Of Thumb</b>
<i>R Square</i> ( $R^2$ )	• 0,69, 0,33 dan 0,19 menunjukkan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Ghozali dalam Haryono,2016) dalam (Hamid & Anwar, 2019)
<i>Effect Size</i> ( $F^2$ ) (Mengukur tinggi rendahnya pengaruh variabel eksogen terhadap endogen)	0,02, 0,15 dan 0,35 (kecil, menengah dan besar)
<i>Q Square</i> ( $Q^2$ ) ( <i>predictive relevance</i> ): Seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan	$Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model memiliki <i>predictive relevance</i> ; dan bila $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
<i>Variance Inflation (VIF)</i>	Nilai VIF $> 5,00$ artinya ada masalah kolinearitas, Nilai VIF $< 5,00$ , artinya signifikan.
<i>Godness Of Fit (GoF)</i>	0,1 (lemah), 0,25 (moderat), dan 0,36 (besar)

### 3.2.6.2.5 Pengujian Hipotesis

1. Pengujian hipotesis pengaruh langsung atau *direct effect* menggunakan analisis *bootstrapping full model stuctural equation modelling* dengan smart PLS. dalam *full* model ini, selain mengkonfirmasi teori juga menunjukan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten, dalam pengujian hipotesis dapat dilihat nilai probabilitas (P-Value) t-tabel (1,96) maka pengaruhnya adalah signifikan.
2. Pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung atau *Indirect Effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dimediasi oleh suatu variabel intervening (variabel mediator) dilihat

dari nilai P-Values. Terdapat kriteria dalam analisis Indirect Effect yaitu: Jika nilai P-Values < 0,05, maka signifikan (pengaruhnya adalah tidak langsung), artinya variabel intervening “berperan” dalam mengantarkan/memelias hubungan suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen. Jika nilai P-Values > 0,05, maka tidak signifikan (pengaruhnya adalah langsung), artinya variabel intervening “tidak berperan” dalam memelias hubungan suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen.