

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pemasaran berbasis komunitas, *service quality*, *corporate image*, *switching cost* dan *customer commitment* pada pelanggan Unit Pengelola Kegiatan Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat (UPK-DAPM) Kabupaten Tasikmalaya.

3.1.1 Gambaran Umum Unit Pengelola Kegiatan Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat (UPK DPAM) Kabupaten Tasikmalaya

UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya merupakan lembaga yang dibentuk sebagai kelanjutan dari Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan (PNPM-MPd) yang telah berakhir pada tahun 2014. Lembaga ini bertujuan untuk mengelola dana bergulir dan melaksanakan program pemberdayaan masyarakat di tingkat kecamatan. Dengan pendekatan partisipatif, UPK-DAPM berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui akses permodalan dan kegiatan sosial. Sejak transformasinya, UPK-DAPM telah menjadi entitas yang mandiri dan berkelanjutan dalam mendukung pembangunan desa. Keberadaan UPK-DAPM menjadi pilar penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kabupaten Tasikmalaya.

Dalam menjalankan fungsinya, UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya mengelola berbagai program sosial dan ekonomi. Misalnya, UPK-DAPM Kecamatan Culamega telah menyalurkan bantuan Pemberian Makanan Tambahan (PMT) kepada ratusan bayi untuk mencegah stunting, bekerja sama dengan ahli gizi

dan Muspika setempat. Selain itu, UPK-DAPM Kecamatan Culamega rutin menyelenggarakan kegiatan sosial seperti santunan kepada anak yatim dan bantuan bagi masyarakat kurang mampu. Kegiatan-kegiatan ini menunjukkan komitmen UPK-DAPM dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Melalui program-program tersebut, UPK-DAPM berperan aktif dalam pembangunan sosial di Kabupaten Tasikmalaya.

Sebagai bagian dari upaya penguatan kelembagaan, UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya tergabung dalam asosiasi yang rutin mengadakan rapat kerja daerah (Rakerda). Rakerda tahun 2024 mengusung tema “Konsolidasi Internal sebagai Upaya Penguatan Organisasi melalui Kolaborasi dan Kemitraan dalam Mewujudkan DAPM Lestari dan Tangguh”. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat koordinasi antar-UPK serta meningkatkan peran kemitraan strategis dengan berbagai pihak. Melalui forum ini, UPK-DAPM dapat saling berbagi pengalaman dan strategi dalam pengelolaan program pemberdayaan masyarakat. Rakerda menjadi momentum penting dalam memperkuat sinergi dan kolaborasi antar-UPK di Kabupaten Tasikmalaya.

Dalam rangka memperkuat legalitas dan keberlanjutan lembaga, beberapa UPK-DAPM di Kabupaten Tasikmalaya telah bertransformasi menjadi koperasi. Contohnya, UPK-DAPM di Kecamatan Leuwisari, Singaparna, Mangunreja, Sukaraja, dan Jamanis telah berubah menjadi koperasi dan tergabung dalam Forum Komunikasi Koperasi DAPM Kabupaten Tasikmalaya. Transformasi ini memungkinkan UPK-DAPM untuk memiliki badan hukum yang jelas dan memperluas jangkauan layanan kepada masyarakat. Dengan status koperasi, UPK-

DAPM dapat lebih fleksibel dalam mengembangkan program-program pemberdayaan ekonomi. Langkah ini menunjukkan adaptasi UPK-DAPM terhadap dinamika kebutuhan masyarakat dan regulasi yang berlaku.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini adalah survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan untuk memperoleh data dari sumber atau tempat yang dimaksud secara alamiah (bukan buatan), namun peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data (Sugiyono, 2022: 6). Dengan metode ini dilakukan pengumpulan dan pengolahan data, kemudian diinterpretasikan dan dianalisis berkaitan antara variabel yang diteliti. Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2022: 53). Sedangkan metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2022: 8).

Tujuan dari metode survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif adalah untuk mengetahui dan menguji secara lebih mendalam pengaruh pemasaran berbasis komunitas, kualitas pelayanan (*service quality*), dan citra perusahaan (*corporate image*) terhadap komitmen pelanggan (*customer commitment*) dengan *switching cost* sebagai variabel moderasi.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Adapun variabel dalam penelitian yaitu pemasaran berbasis komunitas, *service quality*, *corporate image*, *switching cost* dan *customer commitment*. Maka terdapat lima variabel yang lebih jelasnya operasionalisasi variabel akan dioperasionalisasikan seperti dalam Tabel 3.1

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasionalisasi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Pemasaran Berbasis Komunitas (X ₁)	Menjalin hubungan dengan masyarakat melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan komunitas	1. Tingkat Partisipasi Anggota Komunitas 2. Frekuensi Interaksi Sosial 3. Kesesuaian Nilai dan Visi 4. Rasa Kepemilikan terhadap Komunitas 5. Dukungan terhadap Kegiatan <i>Brand</i>	Ordinal
2	<i>Service Quality</i> (X ₂)	Persepsi masyarakat terhadap mutu pelayanan UPK-DAPM	1. Fokus pada Pelanggan 2. Partisipasi Seluruh Karyawan 3. Evaluasi dan Perbaikan Berkelanjutan 4. Komitmen terhadap Standar Layanan 5. Kepedulian Personal	Ordinal
3	<i>Corporate Image</i> (X ₃)	Kesan masyarakat terhadap reputasi dan kepercayaan terhadap UPK-DAPM	1. Sekumpulan Kesan 2. Kepercayaan 3. Sikap	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	<i>Customer Commitment</i> (Y)	Keinginan masyarakat untuk tetap menggunakan layanan UPK-DAPM secara berkelanjutan meskipun ada pilihan lembaga lain	1. Afiliasi emosional 2. Keterlibatan 3. Tingkat retensi 4. Niat pembelian masa depan 5. Indeks loyalitas	Ordinal
5	<i>Switching Cost</i> (Z)	Hambatan yang dirasakan masyarakat jika berpindah dari UPK-DAPM ke lembaga lain	1. Biaya Finansial 2. Biaya Prosedural 3. Biaya Relasional	Ordinal

3.2.2 Populasi dan Sampel

3.2.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai karakteristik tertentu dan adanya kesempatan yang sama untuk dijadikan anggota sampel (Umar, 2019: 77). Adapun anggota populasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah masyarakat atau pelanggan UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya dengan total pada Tabel 3.2 .

Tabel 3.2
Total Anggota Populasi

No	UPK	Total Pelanggan Aktif
(1)	(2)	(3)
1	Cisayong	128
2	Cikatomas	117
3	Culamega	142
4	Sodonghilir	153
5	Parungponteng	125
6	Jatiwaras	135

(1)	(2)	(3)
7	Manonjaya	119
8	Gunungtanjung	122
9	Cibalong	137
10	Pancatengah	116
11	Salopa	129
12	Cineam	113
13	Karangjaya	130
14	Cigalontang	138
15	Sukaratu	127
16	Cikalong	121
17	Sariwangi	140
18	Padakembang	136
19	Bojonggambir	124
20	Sukaresik	133
21	Puspahiang	126
22	Salawu	132
23	Bojongasih	141
24	Cipatujah	134
25	Pagerageung	118
26	Sukahening	115
27	Tanjungjaya	120
Total		3471

Sumber: UPK DAPM Kab Tasikmalaya, 2024

3.2.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2022: 146). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari dari populasi

itu. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan *cluster sampling*. *Probability sampling* merupakan metode sampling yang setiap anggota populasi memiliki peluang sama untuk terpilih sebagai sampel (Siregar, 2020: 57). *Cluster sampling* merupakan Teknik penarikan sampel yang didasarkan area atau cluster, lalu beberapa *cluster* dipilih sebagai sampel (Siregar, 2020: 59). Untuk mengetahui besarnya sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut (Siregar, 2020: 61).

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan 5%

$$n = \frac{3471}{1 + 3471 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{3471}{1 + 3471 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{3471}{1 + 8,68}$$

$$n = \frac{3471}{9,68}$$

$$n = 358,57 = 360$$

Berdasarkan hitungan sampel tersebut, diketahui anggota sampel sebesar 360 responden. Dari 360 sampel yang telah diketahui, penentuan masing-masing lokasi dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$fi = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan:

Fi = Sampel pecahan Cluster

Ni = Banyaknya anggota yang ada dalam Cluster

N = ukuran Populasi

n = ukuran Sampel

Dengan rumus tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini dapat diketahui pada Tabel 3.3 .

Tabel 3.3
Sampel Penelitian

No	UPK	Populasi	Sampel
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Cisayong	128	13
2	Cikatomas	117	12
3	Culamega	142	15
4	Sodonghilir	153	16
5	Parungponteng	125	13
6	Jatiwaras	135	14
7	Manonjaya	119	12
8	Gunungtanjung	122	13
9	Cibalong	137	14
10	Pancatengah	116	12
11	Salopa	129	13
12	Cineam	113	12
13	Karangjaya	130	13
14	Cigalontang	138	14
15	Sukaratu	127	13
16	Cikalong	121	13

(1)	(2)	(3)	(4)
17	Sariwangi	140	15
18	Padakembang	136	14
19	Bojonggambir	124	13
20	Sukaresik	133	14
21	Puspahiang	126	13
22	Salawu	132	14
23	Bojongasih	141	15
24	Cipatujah	134	14
25	Pagerageung	118	12
26	Sukahening	115	12
27	Tanjungjaya	120	12
Total		3471	360

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

3.2.3 Jenis Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian adalah sumber data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data (Sugiyono, 2022: 222). Pada penelitian ini sumber data primer berupa hasil penyebaran kuesioner.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2022: 137). Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah buku dan jurnal sebagai bahan rujukan

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan langkah yang paling utama dalam penelitian (Sugiyono, 2022: 224). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang menjadi acuan adalah dengan melalui teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2022: 219). Dalam penelitian ini menyebarkan daftar pernyataan kepada masyarakat atau pelanggan UPK DAPM Kab Tasikmalaya menggunakan *Google Form*. Adapun kuisoner menggunakan pertanyaan/pernyataan tertutup dengan pengukuran variabel menggunakan skala *likert* sebagai metode *scoring* pada Tabel 3.4 .

Tabel 3.4
Pembobotan Nilai

Alternatif Jawaban	Skor Positif	Skor Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: (Sugiyono, 2019:138)

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi Kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data penelitian dengan cara membaca dan menelaah buku-buku literatur, artikel, jurnal, dan sumber-sumber tertulis lainnya yang diperlukan dan berkaitan dengan variabel yang diteliti.

3.2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2022: 244). Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Software Smart PLS SEM Versi 4.1.0.9*. Metode *Partial Least Squares* (PLS) memiliki kemampuan untuk memodelkan variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung dan diukur menggunakan indikator-indikator (Ghozali, 2021: 7). Sehingga dengan menggunakan metode ini, penulis dapat menganalisis data dengan perhitungan yang jelas dan terperinci.

3.2.5.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis Nilai Jenjang Interval (NJI) untuk menganalisis deskriptifnya. Alternatif jawaban dengan menggunakan *rating scale* yang diadopsi dari Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur pemasaran berbasis komunitas, *service quality*, *corporate image*, *switching cost* dan *customer commitment* dengan melihat data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang disebar kepada 360 responden. Untuk mengetahui nilai atau skor adalah dengan cara mengkalikan bobot dengan jumlah sampel, serta dikalikan lagi dengan jumlah item pernyataan pada kuesioner. Adapun pengukuran dengan persentase dan skorsing dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2022: 95).

$$X = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Keterangan :

X = Jumlah Persentase Jawaban

F = Jumlah Jawaban Atau Frekuensi

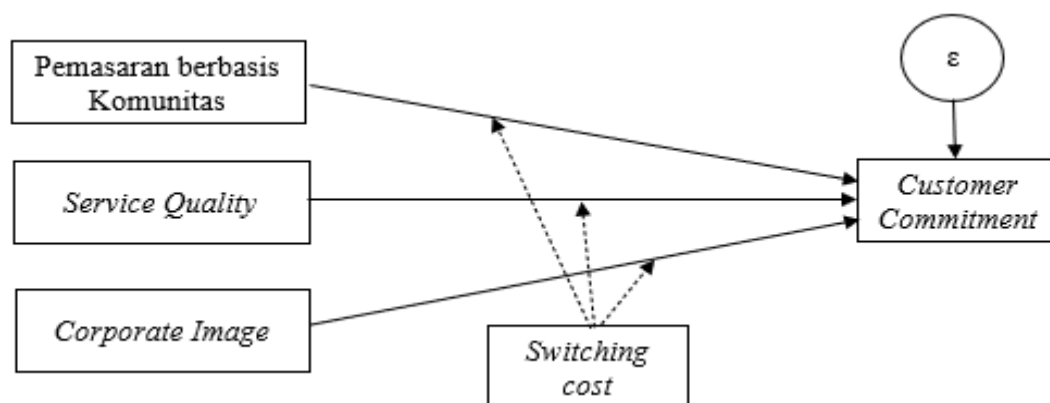
N = Jumlah Pelanggan

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan interval perinciannya, sebagai berikut.

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria Pertanyaan}} \quad (\text{Sugiyono, 2022: 95})$$

3.2.5.2 Analisis *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM)

Data penelitian yang dikumpulkan dari kuesioner ditabulasi dan diolah menggunakan model *Partial Least Squares-Struktur Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan efek moderasi. Model *Partial Least Squares-Struktur Equation* dengan efek moderasi dalam penelitian pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1
Model Penelitian

Pada penelitian ini, pengolahan data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dilakukan dengan 3 tahap, yaitu analisis *outer model*, analisis *inner model*, dan pengujian hipotesis.

1. Analisis *Outer Model*

Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data penelitian. Untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas dari kuesioner tersebut maka peneliti menggunakan program Smart PLS 3.2.9. Prosedur pengujian validitas adalah *convergent validity* yaitu dengan mengkorelasikan skor item (*component score*) dengan *construct score* yang kemudian menghasilkan nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* dikatakan tinggi jika komponen atau indikator berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan, *loading factor* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup (Ghozali, 2021: 115).

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner tersebut mampu mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas diterapkan terhadap seluruh item pertanyaan yang ada pada setiap variabel. Terdapat beberapa tahap pengujian yang akan dilakukan yaitu melalui uji validitas *convergent validity*, *average variance extracted (AVE)*, dan *discriminant validity*.

1) *Content Validity*

Validitas kuesioner dapat diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang telah banyak dipakai oleh para peneliti. Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini merupakan hasil studi literatur dengan

modifikasi seperlunya untuk menghindari kecenderungan responden terhadap preferensi tertentu.

2) *Convergent Validity*

Pengukuran konvergensi ini menunjukkan apakah setiap item pertanyaan mengukur kesamaan dimensi variabel tersebut. Oleh karena itu hanya item pertanyaan yang mempunyai tingkat signifikansi yang tinggi, yaitu lebih besar dari dua kali standar error dalam pengukuran item pertanyaan variabel penelitian. Validitas konvergen dapat terpenuhi pada saat setiap variabel memiliki nilai AVE diatas 0,5, dengan nilai *loading factor* untuk setiap item juga memiliki nilai lebih dari 0,5 (Ghozali, 2021: 71).

3) *Average Variance Extrated (AVE)*

Uji validitas ini adalah dengan menilai validitas dari item pertanyaan dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE). AVE merupakan persentase rata-rata *nilai variance extracted* (AVE) antar item pertanyaan atau indikator suatu variabel yang merupakan ringkasan *convergent indicator*. Untuk persyaratan yang baik, jika AVE masing-masing item pertanyaan nilainya lebih besar dari 0.5 (Ghozali, 2021: 71).

4) *Discriminant Validity*

Uji validitas ini menjelaskan apakah dua variabel cukup berbeda satu sama lain. Uji validitas diskriminan dapat terpenuhi apabila nilai korelasi variabel ke variabel itu sendiri lebih besar jika dibandingkan

dengan nilai korelasi seluruh variabel lainnya. Selain itu cara lain untuk memenuhi uji validitas diskriminan dapat dilihat pada nilai *cross loading*, apabila nilai *cross loading* setiap item pernyataan variabel ke variabel itu sendiri lebih besar dari nilai korelasi item pernyataan ke variabel lainnya (Ghozali, 2021: 71).

b. Uji Reliabilitas

Secara umum reliabilitas didefinisikan sebagai rangkaian uji untuk menilai kehandalan dari item-item pernyataan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan melalui *composite reliability*, suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *composite reliability* $\geq 0,7$ (Ghozali, 2021: 48).

2. Analisis Inner Model

Model struktural atau *inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. *Inner model* dievaluasi dengan mempertimbangkan presentase varian yang dijelaskan oleh uji *path coefficient*, nilai *R-Square* untuk konstruk laten endogen, *Stone Geisser Test* untuk menguji *predictive relevance*, dan *average variance extracted* untuk *predictiveness* dengan metode resampling seperti *jackknifing* dan *bootstrapping* untuk mendapatkan estimasi dan stabilitas (Ghozali, 2021: 67). Pengukuran *outer model* dapat dievaluasi dengan alat analisis sebagai berikut.

a Uji *Path Coefficient*

Seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh uji *path coefficient*. Semakin tinggi nilai *path coefficient* maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya.

b Koefisien determinasi atau R-Square (R²)

Digunakan untuk menggambarkan bagaimana variabel laten eksogen tertentu mempengaruhi variabel laten endogen, terlepas dari apakah mempunyai dampak yang signifikan atau tidak. Nilai *R-square* di atas 0,67 dianggap baik, antara 0,33 hingga 0,67 dianggap sedang, dan nilai *R-Square* di bawah 0,33 dianggap lemah (Ghozali, 2021: 81).

c Relevansi prediksi atau predictive relevance (Q²)

Model PLS juga dapat dievaluasi dengan Q² *predictive relevance*. Teknik ini dapat mensintesis fungsi *cross-validation* dan *fitting* dengan prediksi dari variabel yang diamati dan estimasi dari parameter konstruk menggunakan *blindfolding*. Nilai Q² > 0, berarti model mempunyai *predictive relevance*. Nilai Q² < 0, berarti model kurang mempunyai *predictive relevance*.

3. Uji Hipotesis

Setelah dilakukan tahapan analisis outer model dan inner model, maka tahapan berikutnya adalah uji hipotesis. Uji hipotesis berguna untuk memperjelas arah pengaruh antar variabel bebas dan terikat. Dengan melihat *path coefficient*,

seseorang dapat mengukur hasil korelasi antar konstruk. Untuk menunjukkan hasil pengujian hipotesis secara simultan digunakan nilai probabilitas dan t-statistik.

Hipotesis yang diajukan bisa saja diterima ataupun ditolak, secara statistik dapat dilihat dari tingkat signifikansinya. Tingkat signifikansi dalam penelitian ini sebesar 5%, maka tingkat signifikansi 0,05 untuk menolak hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini probabilitas atau salah mengambil keputusan adalah 5% dari 95% kemungkinan mengambil keputusan yang benar. Pada tingkat signifikansi α 0,05 (5%), maka nilai t tabel adalah 1,96.

3.2.5.3 Alasan Menggunakan *Partial Least Square* (PLS)

PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Data tidak harus terdistribusi normal multivariat (indikator dengan skala teori, ordinal, interval sampai ratio digunakan pada model yang sama), dan sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antara variabel laten, karena lebih menitikberatkan pada data dan dengan prosedur estimasi yang terbatas, maka misspesifikasi model tidak begitu berpengaruh terhadap estimasi parameter.

PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan indikator formatif, dan hal ini tidak mungkin dijalankan dalam *covarian based* SEM karena akan terjadi *unidentified model* (Ghozali, 2021). Berikut adalah beberapa alasan penggunaan PLS pada penelitian ini:

1. Algoritma PLS tidak terbatas hanya untuk hubungan antara indikator dengan konstruk latennya yang bersifat reflektif saja, tetapi algoritma PLS juga dipakai untuk hubungan yang bersifat formatif.
2. PLS dapat digunakan untuk menaksir model *path*
3. PLS dapat digunakan untuk model yang sangat kompleks yaitu terdiri dari banyak variabel laten dan manifest tanpa mengalami masalah dalam estimasi data.
4. PLS dapat digunakan ketika distribusi data sangat miring atau tidak tersebar di seluruh nilai rata-ratanya.
5. PLS dapat digunakan untuk menghitung variabel mediasi secara langsung dan tidak langsung, karena penelitian ini sendiri terdiri dari 1 variabel moderasi.