

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik atau tampilan lainnya.⁷³ Kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.⁷⁴

Hubungan antar variabel yang digunakan bersifat kausal. Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Pengolahan data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang dioperasikan melalui *software* SmartPLS 4.1.1.6. Maka dari itu, peneliti akan mengolah data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Selanjutnya hasil penelitian akan lebih mudah disimpulkan dan dideskripsikan bagaimana hasil dari pengolahan data tersebut.

⁷³ Sandu Siyoto and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 17.

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), hlm. 18.

B. Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

a. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yakni pengetahuan etika bisnis Islam (X_1) dan religiusitas (X_2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu perilaku pedagang (Y).

c. Variabel Intervening

Variabel Intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan 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 intervening dalam penelitian ini yaitu Kepribadian (Z).

2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini menggunakan definisi operasional sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Pengetahuan Etika Bisnis Islam (X ₁)	Pengetahuan etika bisnis Islam adalah pemahaman seseorang mengenai prinsip-prinsip dan penerapan etika bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam.	<ul style="list-style-type: none"> a. Tauhid/kesatuan (<i>unity</i>) b. Keseimbangan (<i>equilibrium</i>) c. Kehendak bebas (<i>free will</i>) d. Tanggung jawab (<i>responsibility</i>) e. Kebajikan/ihsan (<i>benevolence</i>).⁷⁵ 	<i>Likert</i>
2	Religiusitas (X ₂)	Religiusitas dapat dipahami sebagai keberagamaan yang mencerminkan sejauh mana seseorang mengamalkan, melaksanakan, dan menghayati ajaran agamanya secara terus menerus.	<ul style="list-style-type: none"> a. Keyakinan (<i>ideological</i>) b. Peribadatan atau praktek (<i>ritualistic</i>) c. Penghayatan (<i>experiential</i>) d. Pengetahuan agama (<i>intellectual</i>) e. Pengamalan (<i>consequential</i>).⁷⁶ 	<i>Likert</i>
3	Kepribadian (Z)	Kepribadian pada hakikatnya adalah karakteristik individu yang menunjukkan kecenderungan identitas melalui pikiran, emosi, dan perilaku.	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Siddiq</i> (benar/jujur) b. <i>Tabligh</i> (menyampaikan) c. <i>Amanah</i> (dapat dipercaya) d. <i>Fathanah</i> (cerdas) 	<i>Likert</i>

⁷⁵ Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics* (Library of Congress Cataloging, 2006).

⁷⁶ Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja*.

			e. <i>Istiqomah</i> (konsisten). ⁷⁷	
4	Perilaku Pedagang (Y)	Perilaku pedagang adalah suatu kegiatan, aktivitas, dan tindakan yang dilakukan oleh pedagang dalam penyaluran barang atau jasa kepada konsumen.	a. Takaran/Timbangan b. Kualitas barang/produk c. Keramahan d. Penepatan Janji e. Pelayanan f. Empati pada pelanggan g. Persaingan sesama bisnis. ⁷⁸	<i>Likert</i>

Sumber: Data diolah penulis, (2025)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang Muslim yang berada di Pasar Buniseuri Kabupaten Ciamis. Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷⁹

Dengan demikian, seluruh pedagang di lokasi penelitian yang memenuhi kriteria merupakan populasi dalam penelitian ini. Adapun yang dimaksud dengan pedagang Muslim di Pasar Buniseuri adalah pedagang yang beragama Islam, dan aktif berjualan di Pasar Buniseuri. Pedagang dengan karakteristik tersebut dijadikan sebagai populasi

⁷⁷ Iswan, Rahmi, and Kusmawati, "Pembentukan Karakter Islami Pada Siswa Sekolah Dasar Melalui Pendekatan Konsep Stafu."

⁷⁸ Dindri Nurhaliza Fadila Sari, M. Nazori Madjid, and G.W.I Awal Habibah, "Perilaku Ekonomi Pedagang Pasar 46 Kota Jambi."

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 126.

penelitian karena dianggap mewakili perilaku bisnis dalam konteks etika bisnis Islam. Menurut data yang peneliti peroleh dari pengelola pasar, pedagang yang ada di Pasar Buniseuri secara keseluruhan sejumlah 100 pedagang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi tersebut kemudian dipelajari maka kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.⁸⁰ Penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh (*total sampling*). Hal ini dilakukan karena jumlah populasi relatif kecil sehingga memungkinkan peneliti untuk meneliti semua anggotanya.

Menurut Sugiyono, *total sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi.⁸¹ Dengan demikian, seluruh pedagang di Pasar Buniseuri yang termasuk dalam populasi penelitian juga menjadi sampel penelitian. Penggunaan teknik ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih akurat, karena data yang dikumpulkan tidak mengurangi jumlah responden dan benar-benar mencerminkan kondisi populasi secara keseluruhan.

Lebih lanjut, berdasarkan analisis power menggunakan G-Power 3.1.9.7, jumlah sampel sebanyak 100 responden telah memenuhi syarat minimum, karena kebutuhan sampel pada model dengan 3 prediktor

⁸⁰ Dahlia Amelia Dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023).

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 133.

berkisar antara 25 hingga 77, tergantung ukuran efek yang diasumsikan. Analisis power didasarkan pada bagian model yang memiliki jumlah prediktor terbesar, dengan rekomendasi jumlah sampel minimal berada pada kisaran 30 hingga 100 responden.⁸² Dengan demikian, penelitian ini memiliki power ≥ 0.80 .

Menurut Barclay *et al.*, yang dikutip oleh Dedi Rianto Rahadi dalam buku Pengantar *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), menunjukkan bahwa penentuan ukuran sampel dengan *rule of thumb* aturan 10 kali (*10 times rule*) dihitung dari:⁸³

- 1) $10 \times$ jumlah terbesar indikator formatif pada satu konstruk, atau
- 2) $10 \times$ jumlah jalur (*path*) terbanyak menuju satu konstruk dalam model struktural

Hal ini memperkuat argumen bahwa teknik sampel jenuh yang digunakan tidak hanya merepresentasikan populasi secara utuh, tetapi juga secara statistik memenuhi kriteria kecukupan sampel untuk menghasilkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu hal yang penting dalam penelitian karena berisi strategi atau cara yang digunakan oleh peneliti

⁸² Siswoyo Haryono dan Parwoto Wardoyo, *Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*, *The International Encyclopedia of Communication* (Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama, 2013) hlm. 13.

⁸³ Dedi Rianto Rahadi, *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)* (Tasikmalaya: Penerbit Lentara Ilmu Madani, 2023), hlm. 43.

untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian.⁸⁴ Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer agar data yang diperoleh bersifat akurat. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya dan peneliti untuk menyatakan masalah risetnya secara khusus.⁸⁵

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dengan skala *likert*. Kuesioner digunakan untuk mengukur variabel penelitian yaitu pengetahuan etika bisnis Islam, religiusitas, kepribadian, dan perilaku pedagang Muslim. Menurut Sugiyono, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.⁸⁶

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen penelitian dibuat sesuai dengan tujuan pengukuran dan teori yang digunakan sebagai dasar. Manfaat dari instrumen penelitian yaitu sebagai informasi yang didapat oleh peneliti dalam melengkapi penelitian dan sebagai alat dalam memperoleh informasi.⁸⁷

⁸⁴ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021), hlm. 28.

⁸⁵ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian, Antasari Press* (Banjarmasin, 2011): 77, [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf).

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 199.

⁸⁷ Slamet Widodo Dkk, *Buku Ajar Metodologi Penelitian, Cv Science Techno Direct* (Pangkalpinang, 2023), hlm. 70.

Instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner tertutup yang disebarikan kepada responden. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang sudah ditentukan sebelumnya sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sesuai dengan persepsi mereka. Setiap jawaban yang diberikan dalam kuesioner akan ditangkap dalam bentuk skala *likert* yang bertujuan untuk mengukur tingkat persepsi responden terhadap fenomena yang diamati.

Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	No. Item
1	Pengetahuan Etika Bisnis Islam (X ₁)	Tauhid/kesatuan (<i>unity</i>)	1. Saya mengetahui bahwa aktivitas berdagang merupakan bagian dari ibadah kepada Allah 2. Saya memahami bahwa prinsip tauhid menuntun pedagang untuk menghindari praktik yang dilarang agama	1, 2
		Keseimbangan (<i>equilibrium</i>)	3. Saya memahami pentingnya menyeimbangkan keuntungan dunia dengan nilai-nilai akhirat 4. Saya mengetahui bahwa dalam bisnis harus ada keseimbangan antara hak penjual dan pembeli	3, 4
		Kehendak bebas (<i>free will</i>)	5. Saya mengetahui bahwa Islam memberikan kebebasan dalam berdagang selama	5, 6

			tidak melanggar syariat 6. Saya memahami bahwa keputusan bisnis saya harus didasari oleh pertimbangan halal dan haram	
		Tanggung jawab (<i>responsibility</i>)	7. Saya mengetahui bahwa pedagang bertanggung jawab atas kualitas dan kebenaran informasi mengenai barang dagangan 8. Saya mengetahui bahwa setiap perbuatan dalam bisnis akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah Swt	7, 8
		Kebajikan/ihsan (<i>benevolence</i>)	9. Saya mengetahui bahwa Islam menganjurkan berbuat baik kepada pelanggan 10. Saya mengetahui bahwa menolong sesama pedagang termasuk dalam penerapan nilai ihsan dalam bisnis	9, 10
2	Religiusitas (X_2)	Keyakinan (<i>ideological</i>)	11. Saya meyakini bahwa rezeki telah diatur oleh Allah Swt 12. Saya percaya bahwa berdagang dengan jujur akan mendatangkan keberkahan	11, 12
		Peribadatan atau praktek (<i>ritualistic</i>)	13. Saya tetap melaksanakan shalat meski sedang berdagang	13, 14

			14. Saya selalu berdoa sebelum memulai aktivitas berdagang	
		Penghayatan (<i>experiential</i>)	15. Saya merasa tenang ketika berdagang dengan cara yang halal 16. Saya merasa diawasi oleh Allah dalam setiap kegiatan berdagang	15, 16
		Pengetahuan agama (<i>intellectual</i>)	17. Saya memahami bahwa Islam melarang kecurangan dalam berdagang 18. Saya mengetahui prinsip-prinsip muamalah yang diajarkan dalam Islam	17, 18
		Pengamalan (<i>consequential</i>)	19. Saya menghindari kecurangan karena dilarang oleh agama 20. Saya menerapkan nilai-nilai Islam dalam hubungan dengan pelanggan dan pedagang lain	19, 20
3	Kepribadian (Z)	<i>Siddiq</i> (benar/jujur)	21. Saya selalu berkata jujur kepada pembeli mengenai kondisi barang 22. Saya tidak menyembunyikan kekurangan barang yang saya jual	21, 22
		<i>Tabligh</i> (menyampaikan)	23. Saya menjelaskan informasi produk dengan jelas kepada pembeli 24. Saya menyampaikan informasi yang membantu pelanggan membuat	23, 24

			keputusan dengan tepat	
		<i>Amanah</i> (dapat dipercaya)	25. Saya dipercaya pelanggan karena konsisten menjaga kualitas barang 26. Saya menepati janji yang telah disepakati dengan pelanggan	25, 26
		<i>Fathanah</i> (cerdas)	27. Saya mencari cara terbaik untuk memenuhi kebutuhan pembeli 28. Saya menggunakan strategi penjualan yang efektif tanpa melanggar prinsip Islam	27, 28
		<i>Istiqomah</i> (konsisten)	29. Saya tetap berusaha jujur meskipun ada peluang curang 30. Saya tetap berpegang pada prinsip Islam meskipun menghadapi tekanan dalam berdagang	29, 30
4	Perilaku Pedagang (Y)	Takaran/ Timbangan	31. Saya menimbang barang sesuai takaran yang benar 32. Saya tidak mengurangi timbangan meskipun pelanggan tidak memperhatikan	31, 32
		Kualitas barang/produk	33. Saya menjaga kualitas produk agar sesuai dengan yang diharapkan 34. Saya tidak menjual barang rusak tanpa penjelasan kepada pembeli	33, 34
		Keramahan	35. Saya selalu melayani	35, 36

			pembeli dengan ramah 36. Saya menjaga sikap dan tutur kata yang baik kepada pelanggan	
		Penepatan Janji	37. Saya memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan 38. Saya menepati janji pengiriman barang sesuai waktu yang disepakati	37, 38
		Pelayanan	39. Saya melayani semua pembeli tanpa membeda-bedakan 40. Saya memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan kepada pelanggan	39, 40
		Empati pada pelanggan	41. Saya berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan baik 42. Saya berusaha memberikan solusi terbaik untuk kebutuhan pelanggan	41, 42
		Persaingan sesama bisnis	43. Saya bersaing dengan pedagang lain secara jujur dan sehat 44. Saya tidak menjatuhkan pedagang lain untuk mendapatkan pembeli	43, 44

Sumber: Data diolah penulis, (2025)

Setelah data diperoleh melalui kuesioner, penulis akan mengubahnya ke dalam bentuk kuantitatif dengan menetapkan skor jawaban dari setiap pertanyaan yang dijawab oleh responden. Penulis memberikan skor berdasarkan lima tingkat penilaian dari sangat positif hingga sangat negatif, antara lain:

Tabel 3. 3 Skor Skala *Likert*

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah penulis, (2025)

F. Teknik Analisa Data dan Hipotesis

Teknik analisis data merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti. Teknik analisis data kuantitatif merupakan teknik pengolahan data dimana datanya merupakan data numerik. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁸⁸

Analisis data adalah salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan dalam memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Kegiatan dalam analisis data adalah:

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 206.

mengelompokkan data, berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan hipotesis yang telah diajukan.⁸⁹ Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Pendekatan Analisis

Analisis data pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS-SEM). PLS-SEM dipilih karena bersifat *prediction-oriented* sehingga sesuai untuk tujuan penelitian yang menekankan pemodelan hubungan prediktif antar konstruk.⁹⁰ Selain itu PLS-SEM toleran terhadap ukuran sampel yang relatif kecil (<100), tidak mensyaratkan distribusi *multivariate* normal, dan mampu menangani indikator dengan skala ordinal maupun interval.

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 (R²).⁹¹ Oleh karena itu seluruh tahap SEM pada penelitian ini diimplementasikan menggunakan PLS-SEM.

⁸⁹ *Ibid.*

⁹⁰ Syahrir Dkk, *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: IPB Press, 2020), hlm. 48.

⁹¹ Wardoyo, *Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*, hlm. 12-13.

a. 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 latennya. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas.⁹²

1) Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen bertujuan mengukur sejauh mana indikator-indikator suatu variabel laten berkorelasi positif dan tinggi satu sama lain, mengonfirmasi bahwa mereka mengukur konsep yang sama. Pengujian validitas dilakukan dengan melihat hasil pada tabel outer loading, pada masing-masing variabel laten yaitu variabel pengetahuan etika bisnis Islam, religiusitas, kepribadian dan perilaku pedagang.

Ukuran refleksi individual dikatakan valid jika memiliki korelasi nilai > 0.7 , apabila indikator memiliki nilai loading < 0.7 maka harus di buang, karena menyatakan indikator tidak cukup baik untuk mengukur variabel. 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.

⁹² Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 4th ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014), hlm. 75.

2) Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah suatu indikator reflektif benar-benar merupakan ukuran yang baik terhadap konstruksinya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi kuat dengan konstruksinya. Ukuran konstruksi yang berbeda tidak boleh berkorelasi tinggi.⁹³

Pada SmartPLS atau aplikasi serupa, uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan nilai *Cross-Loading*.⁹⁴ Nilai *cross loading* setiap 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.

3) Uji Reliabilitas (*Reliability*)

Uji ini bertujuan untuk mengukur konsistensi dan stabilitas instrumen pengukuran, seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latennya. Indikator penilaian internal *consistency reliability* adalah nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Nilai *composite reliability* merupakan ukuran reliabilitas internal yang lebih unggul daripada *cronbach's alpha* dalam PLS-SEM karena mempertimbangkan *loading* indikator yang berbeda nilai 0.6-

⁹³ Hatta Setiabudhi, Suwono, Yudi Agus Setiawan, Syahrul Karim, *Analisis Data Kuantitatif Dengan SmartPLS 4* (Balikpapan: Borneo Novelty Publishing, 2025), hlm. 44.

⁹⁴ Dedi Rianto Rahadi, *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)*, hlm. 115-116.

0.7 dianggap memiliki reliabilitas yang baik, dan Nilai *cronbach's alpha* dikatakan baik jika di atas 0.6 dan cukup jika di atas 0.5.⁹⁵

b. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural, yang juga sering disebut sebagai *inner model*, melibatkan penilaian terhadap adanya kolinearitas antara konstruk dan kemampuan prediktif model. Untuk mengukur kemampuan prediksi model, digunakan kriteria sebagai berikut:⁹⁶

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 moderat), R² = 0.25 (model lemah).

2) *Effect Size* (f²)

Effect size (f²) bertujuan untuk menilai apakah ada/tidak hubungan yang signifikan antar variabel. Seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan *effect size* (f square). Nilai f² = 0.02 (kecil), f² = 0.15 (sedang), f² = 0.35 (besar), serta f² < 0.02 dapat diabaikan atau dianggap tidak ada efek.

⁹⁵ *Ibid.*, hlm. 118.

⁹⁶ Ghazali, *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 4th ed.

2. Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada pengujian *inner model*, yaitu melalui *t-statistic* yang dapat menunjukkan tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis tersebut. Pengambilan keputusan atas penerimaan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan ketentuan nilai *t-tabel (one tailed)* adalah sebesar 1.65 untuk signifikansi 0.05.. Dalam pengujian hipotesis, nilai yang dianalisa adalah nilai yang ada pada *t-statistic* dan *p-values* yang dihasilkan dari output PLS dengan membandingkan dengan tingkat signifikan alpha 0.05 atau 5%.

- a. Jika nilai *t-statistic* > 1.65 dan *p-values* < 0.05 maka signifikan
- b. Jika nilai *t-statistic* < 1.65 dan *p-values* > 0.05 maka tidak signifikan.

G. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian adalah tempat penulis melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Buniseuri yang terletak di Jalan Raya Buniseuri RT/RW 001/001 Desa Buniseuri, Kecamatan Cipaku, Kabupaten Ciamis.

2. Jadwal Penelitian

Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2025					2026	
		Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Mar
1	Observasi							
2	SK Judul							
3	Penyusunan Usulan Penelitian							
4	Seminar Usulan Penelitian							
5	Pelaksanaan Penelitian a. Pengumpulan Data b. Pengolahan Data c. Laporan Hasil Penelitian							
6	Seminar Hasil Penelitian							
7	Sidang Skripsi							