

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan jenis penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Kausalitas merupakan penelitian yang menggambarkan hubungan sebab akibat untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara dua variabel atau lebih.⁶⁸ Dalam hal ini penelitian akan menganalisis pengaruh antara variabel X dan Y. Adapun dalam penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh harga (X_1), cita rasa (X_2), dan kesadaran halal (X_3) terhadap minat beli ulang (Y).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁹

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel pada penelitian terdiri dari variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen). Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan, yang mempunyai variasi tertentu yang

⁶⁸ Nur Indriantoro Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, dua (Yogyakarta: BFEE UGM, 2002).

⁶⁹ Sugiyono.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁰

Adapun untuk menjelaskan mengenai variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat.⁷¹ Variabel bebas dilambangkan dengan simbol (X). Pada penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang menjadi variabel bebas (*independent variabel*) yaitu harga (X_1), cita rasa (X_2), dan kesadaran halal (X_3).

a. Harga (X_1)

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Pengukuran dan operasional variabel ini diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Harga (X_1)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Harga (X_1) ⁷²	1. Keterjangkauan harga.	1. Harga tidak terlalu mahal dan terjangkau 2. Harga sesuai dengan produk	Linkert
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	1. Harga yang ditawarkan sesuai kualitas	Linkert

⁷⁰ Sugiyono.

⁷¹ Sugiyono.

⁷² Philip Kotler.

		2. Harga sesuai spesifikasi produk	
	3. Kesesuaian harga dengan manfaat.	1. Harga sesuai dengan kebutuhan dan manfaat yang ditawarkan. 2. Adanya kecocokan antar harga.	Linkert
	4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	1. Harga bersaing dengan kompetitor lain 2. Harga yang relatif	Linkert

b. Cita rasa (X_2)

Adapun indikator dari cita rasa yaitu bau, rasa dan rangsangan mulut. Pengukuran dan operasi variabel diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Cita rasa (X_2)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Cita rasa (X_2) ⁷³	Bau/Aroma	1. Aroma mewakili rasa produk	Linkert
	Rasa	1. Produk memiliki rasa yang bervariasi 2. Produk menghasilkan cita rasa yang unik	Linkert
	Rangsangan Mulut	1. Produk memiliki cita rasa yang merangsang mulut 2. Produk dapat menciptakan rangsangan mulut yang berbeda bagi setiap konsumen	Linkert

⁷³ Maimunah.

c. Kesadaran Halal (X_3)

Kesadaran halal adalah suatu pemahaman umat muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal. Peneliti menyimpulkan bahwa kesadaran halal merupakan hal yang menjadi dasar bagi setiap muslim untuk mengonsumsi makanan.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Kesadaran Halal (Z)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Kesadaran Halal (Z) ⁷⁴	Pemahaman dan pengetahuan mengenai produk halal.	1. Paham mengenai apa itu halal. 2. Mengetahui pengertian halal. 3. Mengetahui indikator suatu produk halal.	Linkert
	Sadar akan kehalalan produk.	1. Membeli atau menggunakan suatu produk apabila yakin akan kehalalan produk. 2. Menggunakan produk halal adalah hal yang penting. 3. Sebelum membeli suatu produk konsumen meninjau kembali kehalalan produk tersebut.	Linkert
	Sadar akan kebersihan dan keamanan produk.	1. Membeli atau menggunakan suatu produk apabila yakin akan kebersihan produk tersebut. 2. Membeli/menggunakan suatu produk apabila yakin akan keamanan produk tersebut.	Linkert

⁷⁴ Nurul Fadilah, Ahmad Kholil.

2. Variabel terikat (*Dependen variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas yang menjadi variabel terikat atau *dependen variable*.⁷⁵ Dalam penelitian ini, minat beli ulang menjadi variabel terikat. Sebab peneliti akan mengukur pengaruh variabel dependen (harga, cita rasa dan kesadaran halal) terhadap minat beli ulang.

a. Minat Beli Ulang (Y)

Minat beli ulang adalah kecenderungan perilaku membeli dari konsumen pada suatu produk barang dan jasa yang dilakukan secara berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu dan secara aktif menyukai dan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk barang atau jasa, didasarkan pada pengalaman yang telah dilakukan dimasa lampau.

Tabel 3. 4 Operasional Variabel Minat Beli Ulang (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Minat Beli Ulang (Y) ⁷⁶	1. Minat Transaksional.	1. Kecenderungan untuk membeli Ulang produk 2. Ketertarikan untuk membeli ulang produk	Linkert
	2. Minat Referensial.	1. Kecenderungan untuk mereferensikan produk pada orang lain 2. Miliki motivasi yang besar untuk merekomendasikan	Linkert

⁷⁵ Sugiyono.

⁷⁶ Tiefert.

		produk pada orang lain	
	3. Minat Preferensial.	1. Memiliki minat yang besar untuk membeli ulang produk. 2. Merasa puas ketika Mengonsumsi produk sehingga memiliki minat beli ulang.	Linkert
	4. Minat Eksploratif.	1. Memiliki ketertarikan untuk mencoba menu lain dari produk yang dibeli 2. Ingin terus membeli untuk menemukan produk mana yang lebih baik.	Linkert

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷⁷ Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen muslim produk Mie Gacoan di Kota Tasikmalaya khususnya Gen Z.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan cara atau prosedur tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap dapat menggambarkan populasi secara tepat. Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁷⁸ Pada penelitian ini jumlah konsumen

⁷⁷ Sugiyono.

⁷⁸ Sugiyono.

Gen Z muslim yang pernah membeli produk Mie Gacoan di Kota Tasikmalaya tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu, dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan jenis sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Karakteristik dari jenis sampling tersebut adalah bahwa yang dijadikan sampel didasarkan pada kebutuhan penelitian dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria ataupun karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Responden merupakan konsumen muslim Mie Gacoan di Kota Tasikmalaya dan masuk kriteria usia Gen Z (Generasi yang lahir tahun 1997 – 2012).
- b. Responden sudah pernah melakukan pembelian dan mengonsumsi produk Mie Gacoan minimal satu kali.

Adapun karakteristik responden untuk penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	1. Laki – laki 2. Perempuan
2	Agama	Islam (Muslim)
3	Usia	2. 17 – 19 Tahun 3. 20 – 23 Tahun 4. 24 – 27 Tahun
4	Pekerjaan	Pelajar Mahasiswa Wiraswasta Karyawan Lainnya
5	Frekuensi Pembelian	1. 1 – 5 kali per bulan 2. 5 – 10 kali per bulan

	3. > 10 kali per bulan
--	------------------------

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus menurut Hair et al dalam Nilawati dimana sampel dapat dihitung berdasarkan jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Berikut perhitungannya:⁷⁹

$$\begin{aligned}
 \text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\
 &= 14 \times 10 \\
 &= 140
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel seharusnya pada penelitian ini sebanyak 140 responden, namun dalam penelitian ini mengacu pada kriteria yang diusulkan Sekaran dalam Siswoyo dengan teknik Maximum Likelihood Estimation (MLE). Jumlah sampel yang baik menurut MLE berkisar antara 100-200 sampel.⁸⁰ Selain itu Chin dalam Asral, merekomendasikan bahwa idealnya untuk analisis spesifikasi model SEM antara 200-800 ukuran sampel.⁸¹ Oleh karena itu pada penelitian ini menggunakan maksimal sampel sebesar 200 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah melalui kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang

⁷⁹ Nilawati Nelzi Fati, *Metodologi Penelitian*, ed. by Debby Syukriyani, 1st edn (Tanjung Pati: Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, 2023).

⁸⁰ Siswoyo Haryono, *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*, 1st edn (Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama., 2016).

⁸¹ Asral Kelvin Sahrain, 'Pengaruh Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak Terhadap Indeks Kepuasan Masyarakat Dengan Mediasi Tingkat Inflasi Di Provinsi Gorontalo', *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3 (2023), 15113–29.

dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁸² Menurut Fandi dalam Ilham et al, menyebutkan kuesioner merupakan teknik yang efisien dalam menyimpulkan suatu penelitian apabila peneliti itu sendiri mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁸³ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuesioner (angket) dengan media *google form* kepada 200 konsumen Gen Z muslim Mie Gacoan di Kota Tasikmalaya yang pernah melakukan pembelian pada produk Mie Gacoan.

E. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur tingkat variabel yang diteliti. Menurut Arikunto instrumen penelitian adalah faktor faktor yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik, lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga dapat lebih mudah diolah. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini berupa kuisisioner atau angket yang berisi pertanyaan - pertanyaan dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang didasarkan pada sikap responden dalam merespon pertanyaan berkaitan dengan indikator – indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Skala linkert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial.

⁸² Jogiyanto Willy abdillah, *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*, ed. by Dwi Prabantini, 1st edn (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2015).

⁸³ Antonio Imanda Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, 'Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu', *Professional Fis United*, 6.1 (2019), 42–60.

Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan untuk pengembangan instrumen atau kisi – kisi instrumen.

Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Isntrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item	No Item
Harga (X ₁) ⁸⁴	Keterjangkauan harga	1. Membeli produk sesuai dengan Harga 2. Mempertimbangkan harga dalam membeli produk	1,2
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Memahami bahwa harga yang mahal cenderung memiliki kualitas yang lebih baik 2. Mempertibangkan kualitas dan harga sebelum membeli produk	3,4
	Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Memahami bahwa harga dapat memengaruhi manfaat yang di berikan produk 2. Mempertimbangkan harga dan manfaat sebelum membeli produk	5,6
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	1. Mempertimbangkan kemampuan pembelian sebelum membeli produk 2. Membandingkan harga suatu produk dengan produk lain sebelum melakukan pembelian	7,8
Cita rasa (X ₂) ⁸⁵	Bau (Aroma)	1. Aroma makanan memengaruhi selera untuk mengonsumsi makanan 2. Makanan yang memiliki aroma yang enak cenderung lebih disukai	9,10
	Rasa	1. Rasa yang enak akan memengaruhi untuk mengonsumsi makanan 2. Perpaduan rasa yang seimbang akan meningkatkan selera untuk mengonsumsi makanan	11,12
	Rangsangan Mulut	1. Tekstur yang makanan yang sesuai akan meningkatkan	13,14

⁸⁴ Philip Kotler.

⁸⁵ Maimunah.

		minat untuk mengonsumsi produk. 2. Tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi untuk mengonsumsi makanan.	
Kesadaran Halal (X ₃) ⁸⁶	Pemahaman dan pengetahuan mengenai produk halal	1. Memahami apa itu konsep halal. 2. Mengetahui pengertian dari halal. 3. Mengetahui indikator - indikator yang terdapat dalam produk halal.	15,16,17
	Sadar akan kehalalan produk	1. Membeli atau menggunakan suatu produk apabila yakin akan kehalalannya. 2. Mengetahui pentingnya menggunakan produk halal. 3. Selalu memastikan dan meninjau kembali kehalalan produk sebelum mengonsumsi atau membeli.	18,19,20
	Kebersihan dan keamanan makanan	1. Membeli atau menggunakan produk apabila yakin akan kebersihan produk tersebut. 2. Membeli atau mengonsumsi suatu produk apabila yakin akan keamanan produk tersebut.	21,22
Minat Beli Ulang (Y) ⁸⁷	Minat Transaksional	1. Ingin selalu melakukan pembelian terhadap produk Mie Gacoan 2. Merasa puas terhadap produk Mie Gacoan sehingga akan membeli ulang produk Mie Gacoan	23,24
	Minat Referensial	1. Merasa puas terhadap produk Mie Gacoan sehingga akan merekomendasikan Mie Gacoan pada orang lain. 2. Memberitahu pada orang lain tentang produk Mie Gacoan.	25,26
	Minat Preferensial	1. Akan terus membeli produk Mie Gacoan sebelum	27,28

⁸⁶ Nurul Fadilah, Ahmad Kholil.

⁸⁷ Tiefert.

		menemukan produk yang lebih dari Mie Gacoan 2. Memahami bahwa minat beli ulang dipengaruhi oleh preferensi produk lain.	
	Minat Eksploratif	1. Ingin terus mencoba produk produk dari produk Mie Gacoan. 2. Memahami bahwa dengan mencari tau lebih banyak tentang Mie Gacoan akan meningkatkan minat membeli ulang produk Mie Gacoan	29,30

Setiap pilihan jawaban dari responden kemudian akan di bubuhkan skor, pada penelitian ini peneliti menggunakan skala *Linkert*. maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan pada kuisiner yang positif dan tidak mendukung pertanyaan dengan negatif. Maka bobot atas pilihan jawaban untuk kuisiner yang di ajukan untuk pertanyaan positif dan negatif adalah sebagai berikut.⁸⁸

Tabel 3. 7 Kriteria Pemberian Skor

Alternatif Jawaban	Skor	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu – Ragu (RR)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

⁸⁸ Anak Agung Putu Agung, *E-BOOK Metodologi Penelitian Bisnis*, ed. by Tim UB Press, 1st edn (Malang: Universita Brawijaya Press (UB Press0, 2012) <<https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/9d5d3736-0370-42b2-b8fc-05c6f93d0fa9>>.hal.45

F. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Copper et al, dalam Abdillah dan Jogiyanto menyebutkan bahwa validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya di ukur.⁸⁹ Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas suatu intsrumen berhubungan dengan tingkat akurasi dari suatu alat ukur mengukur apa yang diukur. Apabila ternyata yang diukur sesuatu yang lain, maka alat ukur tersebut menjadi tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengujian untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang telah dikumpulkan sudah reliable atau tidak. Uji realiabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan pada instrumen penelitian.⁹⁰ Dikatakan reliable jika kuesioner dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama, artinya reliabel merupakan sebuah konsistensi dari hasil tes uji.

G. Teknis Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

⁸⁹ Willy abdillah. Hal 94

⁹⁰ Willy abdillah.

Analisis data merupakan cara untuk menginterpretasikan penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai pengaruh dari harga, cita rasa dan kesadaran halal terhadap minat beli ulang, maka dijawab dengan menggunakan analisis *statistic* deskriptif.

Secara garis besar prosedur atau tahapan dalam mengelola data ialah sebagai berikut: ⁹¹

- a. *Editing* (Pemeriksaan), yakni prosedur meninjau kuisisioner yang telah diisi sebelumnya atau diajukan kembali. Tujuan dari pengecekan adalah untuk memastikan bahwa kuisisioner atau daftar pertanyaan telah diisi dengan lengkap.
- b. *Coding* (Pemberian Identitas), yakni proses pemberian kode atau tanda pada setiap tanggapan, biasanya dalam bentuk angka, dan mengelompokkan tanggapan dari responden kedalam berbagai kategori untuk memberikan identitas.
- c. *Scoring* (Proses Pemberian Angka), yakni menilai pilihan yang dibuat responden dalam menanggapi pertanyaan pada kuisisioner. Selain itu pemberian skor dengan memberikan bobot pada nilai setiap pertanyaan pada skala diferensiasi semantik dengan bobot yang di sesuaikan dengan respon.
- d. *Tabulating*, yakni prosedur transformasi data yang diperoleh dari instrumen pengumpulan data menjadi sejumlah tabel data untuk pengujian sistematis.

⁹¹ Agung.

Setelah responden memberikan data langkah selanjutnya adalah mengolah data penelitian. Langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikan masing – masing variabel sebelum dilakukan analisis data lebih lanjut untuk mendukung hipotesis.

2. Analisis *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

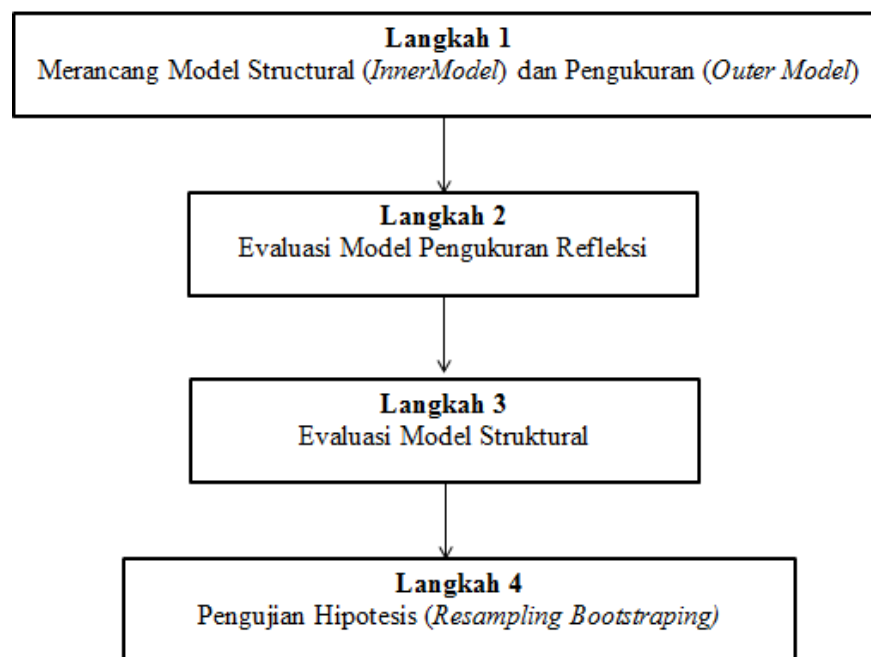
Analisis data merupakan langkah selanjutnya setelah pengumpulan data. Pada titik ini, kebenaran data yang ada akan diketahui, sehingga hipotesis yang diajukan dapat divalidasi. Setelah responden memberikan tanggapan, langkah selanjutnya adalah mengolah data penelitian. Penelitian memanfaatkan metode *Partial Least Squares* (PLS) untuk analisis data.

Menurut Ghozali, Latan dalam Hardisman menjelaskan bahwa *Partial Least Square* (PLS) merupakan analisis statistik multivarian yang dapat menganalisis secara bersamaan beberapa variabel bebas (eksogen) dan variabel terikat (endogen). PLS juga dapat dilihat sebagai gabungan analisis faktor regresi, serta permodelan secara bersamaan.⁹² Persamaan *structural* (SEM) yang berbasis simultan analisis ini dapat melakukan pengujian model, pengukuran sekaligus juga pengujian model *structural*. Dalam SEM-PLS model pengukuran digunakan sebagai pengujian kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi). PLS menjadi

⁹² Hardisman, *E-BOOK Analisis Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS SEM) (Langkah Praktis SmartPLStM 3.3 Dengan Penerapan Pada Penelitian Kesehatan)*, 1st edn (Yogyakarta: Bintang Pustaka Mandiri, 2021) <<https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/07ba3601-8a6d-40e4-bc5f-dddd4ec851b6>>.hal.3

metode analisis yang ampuh. Teknik analisis multivariate yang dikenal dengan istilah Structural Equation Modeling (SEM) dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan linear yang simultan antara variable yang dapat diukur secara langsung (Variabel laten) dan yang dapat diamati (Indikator). Variabel laten adalah variable yang tidak dapat diukur secara langsung, namun mereka harus diukur dengan menggunakan sejumlah indikator. Dalam SEM ada dua kategori variable laten: endogen dan eksogen.⁹³

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data menggunakan metode PLS adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Tahapan Pengujian PLS-SEM

⁹³ Dahlia Br Ginting, 'STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM)', *Media Informatika*, 8.3 (2009), 121–34.

- a. Merancang model struktur (*inner model*) dan pengukuran (*outer model*)

Inner model yang disebut juga dengan *structural model*, *inner reaction* dan *substantive theory* berfungsi menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory*. Pada dasarnya PLS mendesain model recursive, maka hubungannya antar variabel laten, setiap variabel laten dependen, atau sering disebut dengan *causal chain system* dari variabel laten. Langkah selanjutnya ialah menentukan variabel laten sebagai variabel yang membangun dalam *inner model* adalah merancang *outer model*. *Outer relation* atau *measurement model* adalah suatu model yang menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya.

- b. Evaluasi model pengukuran refleksi

Karena PLS tidak mengandalkan distribusi tertentu untuk estimasi parameter, metode parametrik untuk menilai signifikansi parameter tidak diperlukan. Keandalan konvergen, diskriminan, dan gabungan dari blok indikator digunakan untuk menilai model pengukuran dengan indikator refleksif. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran tersebut valid dan cukup reliabel untuk digunakan sebagai alat ukur. Dengan mencermati hal-hal berikut, evaluasi akan menguji validitas, reliabilitas, dan tingkat prediksi dari masing-masing indikator pada variabel laten:

- 1) *Convergent Validity*, yaitu model pengukuran yang menggunakan indikator refleksif untuk mengevaluasi hubungan antara skor item/komponen dan skor konstruk yang dihitung dengan PLS. Menurut Chin dalam Willy dan Jogiyanto jika nilai *loading factor* semakin tinggi, maka semakin penting peranan *loading* dalam menginterpretasikan faktor. *Rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah outer loading $> 0,7$, dan nilai AVE $> 0,5$.⁹⁴
- 2) *Discriminant Validity*, ialah *crossloading* pengukuran dengan konstruk, atau melihat tingkat prediktif konstruk laten dalam kaitannya dengan blok indikator, adalah bagaimana tes ini dievaluasi. Nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) dapat digunakan untuk menentukan akurat tidaknya prediksi blok indikator terhadap variabel laten. Jika nilai akar kuadrat AVE masing-masing variabel laten lebih besar dari korelasi antara keduanya, maka prediksi tersebut memiliki nilai AVE yang baik.
- 3) *Average Variance Extracted (AVE)*, yaitu tes untuk menentukan komunalitas rata-rata model refleksif dari setiap variabel laten. Faktor laten harus dapat menjelaskan sekurang-kurangnya setengah dari varian masing-masing indikator jika nilai AVE lebih besar dari 0,50.

⁹⁴ Willy abdillah.hal 195

4) *Composite Reliability*, adalah Konsistensi atau reliabilitas internal model pengukuran akan dievaluasi menggunakan tes ini, dan hasilnya harus lebih besar dari 0,70. *Composite reliability* merupakan uji alternatif lain dari *cronbach's alpha*, apabila dibandingkan hasil pengujiannya maka *composite reliability* lebih akurat dari pada *cronbach's alpha*.

c. Evaluasi model *structural*

Model struktural atau *inner model* dilakukan untuk memastikan model struktural yang dibangun robust dan akurat. Model ini dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, Stone - Geisser *Q-square* test untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter. Penjelasannya adalah sebagai berikut:⁹⁵

- 1) Analisis *R-Square* (R^2), menurut Started et al, dalam Fahlefi Nilai *R-Square* 0,75, 0,5, dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah. Analisis *R-Square* digunakan untuk menentukan apakah variabel laten independen tertentu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel laten dependen.⁹⁶
- 2) Analisis F^2 untuk *effect size* yaitu Tujuan analisis adalah untuk memastikan tingkat prediktor variabel laten.

⁹⁵ et al. Pardomuan Robinson, *Aplikasi SmartPLS 4.0 Untuk Statistisi Pemula*, 1st edn (Tangerang: Minhaj Pustaka, 2024). Hal 4

⁹⁶ Muhammad Rizal Fahlefi, 'Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Melalui Kepuasan Kerja Di PT Solusindo Kreasi Jayatech', *JURMA: Jurnal Riset Dan Manajemen*, 1 (2023), 132.

- 3) Analisis *Q-Square Predictive Relevance* yaitu analisis untuk mengukur seberapa baiknya nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Jika nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.
 - 4) Analisis *Goodness of Fit (GoF)*, Berbeda dengan SEM berbasis kovarians, pengujian GoF dilakukan secara manual di SEM-PLS karena tidak termasuk dalam keluaran SmartPLS. Kategori nilai GoF yaitu 0,10 dikategorikan kecil, nilai GoF 0,25 dikategorikan medium dan nilai GoF 0,36 dikategorikan besar yang masing-masing dikategorikan kecil, sedang, dan besar.⁹⁷
- d. Pengujian hipotesis (*resampling bootstrapping*)

Tahap selanjutnya pada pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik atau uji t dengan menganalisis pada hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara *t* hitung dan *t* tabel. Apabila *t* hitung lebih besar dari *t* tabel (*t* hitung > *t* tabel), maka hipotesis diterima.⁹⁸ Selain itu *p-value* dapat di gunakan untuk menentukan uji hipotesis dalam PLS –SEM. Jika *p –Value*

⁹⁷ Hyohana Hekia Arista Damayanti, Ida Bagus Made Agung Dwijatenaya, 'Analisis Implementasi Program Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Lingkungan Dan Kesejahteraan Masyarakat Petani (Studi Kasus Pada Pt. Lsi Di Kabupaten Kutai Barat)', *Ziraa'ah*, 47 (2022), 21–33.

⁹⁸ Hardisman.hal 11

kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima begitupun sebaliknya. Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

1) Hipotesis Pertama

H_{01} : Harga (X_1) tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang (Y) konsumen Gen Z muslim Kota Tasikmalaya pada produk Mie Gacoan.

H_{a1} : Harga (X_1) berpengaruh terhadap minat beli ulang (Y) konsumen Gen Z muslim Kota Tasikmalaya pada produk Mie Gacoan.

2) Hipotesis Kedua

H_{02} : Cita rasa (X_2) tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang (Y) konsumen Gen Z muslim Kota Tasikmalaya pada produk Mie Gacoan.

H_{a2} : Cita rasa (X_2) berpengaruh terhadap minat beli ulang (Y) konsumen Gen Z muslim Kota Tasikmalaya pada produk Mie Gacoan.

3) Hipotesis Ketiga

H_{03} : Kesadaran Halal (X_3) tidak tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang (Y) konsumen Gen Z muslim Kota Tasikmalaya pada produk Mie Gacoan.

H_{a3} : Kesadaran Halal (X_3) berpengaruh terhadap minat beli ulang (Y) konsumen Gen Z muslim Kota Tasikmalaya pada produk Mie Gacoan.

H. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada cabang Mie Gacoan Tasikmalaya.

Dengan responden konsumen Gen Z muslim Mie Gacoan di Kota Tasikmalaya yang pernah melakukan pembelian pada produk Mie Gacoan.

2. Jadwal Penelitian

Tabel 3. 8 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Tahun					
		Juli - Agt 2024	Sep 2024	Okt 2024	Nov 2024	Des 2024 -Mar 2025	Apr 2025
1	Surat Keputusan Pembimbing						
2	Penyusunan Usulan Penelitian						
3	Tahap Pengerjaan Proposal Penelitian						
4	Seminar Proposal Penelitian						
5	Pelaksanaan Penelitian: a. Pengumpulan data b. Pengolahan data c. Penganalisaan data						
6	Pelaporan a. Penyusunan laporan b. Laporan hasil skripsi						
7	Sidang Skripsi						