

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan prosedur penelitian sistematis dengan metode *scientific*, karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis.⁶² Pendekatan penelitian ini akan menggunakan *tools* analisis *Smart PLS 3.0*. Oleh karena itu, peneliti akan mengelola data secara statistik dan disajikan secara sistematis. Sehingga hasil penelitian ini akan lebih mudah disimpulkan dan dideskripsikan bagaimana hasil dari pengelolaan data tersebut.

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala elemen yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:⁶³

1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah preferensi memilih produk pakaian muslim. Berikut adalah tabel indikator variabel:

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm 43.

⁶³ Moh Nazir, *Research Method*, Ed. Risman F. Sikumbank, Cetakan I (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005).

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Dependen

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Preferensi Konsumen	Label Halal	Saya mengetahui bahwa produk <i>halal fashion</i> sesuai dengan standar syariah yang berlaku.	Likert
		Saya percaya bahwa keberadaan label halal pada produk pakaian muslim menjadi jaminan kehalalan yang penting bagi konsumen Muslim.	
	Harga	Saya mengetahui bahwa material yang digunakan pada produk pakaian muslim memiliki kualitas yang baik	Likert
		Saya merasa bahwa produk fashion halal memberikan nilai ekonomis yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh.	
	Kualitas Pelayanan	Saya mengetahui bahwa produk pakaian muslim memberikan kenyamanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna	Likert
	Merek	Saya mengetahui bahwa produk pakaian muslim berfungsi secara optimal sesuai dengan tujuannya	Likert
		Saya mengetahui bahwa produk pakaian muslim memiliki citra merek yang mencerminkan nilai-nilai syariah.	
	Tangibles	Saya mengetahui bahwa produk pakaian muslim telah memiliki sertifikasi halal yang diakui secara resmi	Likert
		Saya melihat bahwa tampilan fisik produk pakaian muslim (kemasan, label, logo) mencerminkan identitas produk yang berkualitas dan terpercaya.	

2. Variabel Independen

Variabel independen disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia kerap disebut sebagai variabel bebas.

Variabel bebas merupakan variabel yang mampu mempengaruhi atau yang menjadi sebab atas perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel ini dinyatakan dalam tanda X.⁶⁴

⁶⁴ Sukandar Rumidi, *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, Cetakan Keduadua (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012).

a. *Trend Fashion*

Trend fashion merupakan manifestasi dinamis dari evolusi dalam dunia mode yang meliputi perubahan estetika, desain, dan gaya berpakaian dalam suatu periode tertentu. Adapun operasional variabel dan juga indikator pengukuran diklasifikasikan pada tabel berikut:

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel *Trend Fashion*

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Trend Fashion</i> (X ₁)	Adopsi dan popularitas desain baru	Produk pakaian muslim menggunakan desain terbaru yang mengikuti tren populer.	<i>Likert</i>
		Desain produk pakaian muslim banyak diminati oleh orang lain.	
	Model yang sesuai dengan keinginan	Model produk pakaian muslim sesuai dengan preferensi saya.	<i>Likert</i>
		Produk pakaian muslim menawarkan model yang mendukung gaya yang saya inginkan	
	Daya tahan produk	Produk pakaian muslim memiliki daya tahan yang baik dalam penggunaan sehari-hari	<i>Likert</i>
	Variasi desain produk	Variasi desain yang ditawarkan produk pakaian muslim memenuhi kebutuhan saya	<i>Likert</i>
	Pemasaran produk	Informasi produk fashion terdapat melalui iklan atau media sosial.	<i>Likert</i>

b. *Gaya Hidup*

Gaya hidup secara umum merupakan manifestasi dari pola perilaku, kebiasaan, dan pilihan konsumen yang mencerminkan nilai-nilai serta aspirasi individu dalam kehidupan sehari-hari.⁶⁵ Dalam perspektif Islam, penerapan gaya hidup tidak hanya dilihat

⁶⁵ Nuraeni And Ari, "Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Locus Of Control, Dan Parental Income Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa."

dari pola konsumsi atau aktivitas sehari-hari, melainkan juga sebagai refleksi dari nilai-nilai syariah yang mengatur setiap aspek kehidupan. Gaya hidup Islam menekankan integrasi antara ritual keagamaan, etika moral, dan norma sosial yang diatur dalam ajaran Islam. Adapun operasional variabel dan juga indikator pengukuran diklasifikasikan pada tabel berikut:

Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel Gaya Hidup

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Gaya Hidup (X ₂)	Aktivitas	Aktivitas yang saya lakukan dalam menjalankan ibadah dilakukan secara konsisten	Likert
		Saya melakukan aktivitas belanja, bekerja, dan bersosial dengan frekuensi yang teratur.	
	Minat	Saya memiliki minat yang kuat terhadap produk pakaian muslim	Likert
		Minat saya terhadap produk pakaian muslim dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi saya	
	Pendapat	Pendapat saya terhadap produk pakaian muslim didasarkan pada pengalaman dan penggunaan	Likert
		Pendapat saya terhadap produk ini dipengaruhi oleh kualitas dan manfaatnya	

c. *Brand Image*

Brand image adalah persepsi menyeluruh yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek, yang terbentuk melalui interaksi langsung maupun tidak langsung dengan produk dan komunikasi pemasaran yang diterima. Adapun operasional variabel dan juga indikator pengukuran diklasifikasikan pada tabel berikut:

Tabel 3.4. Definisi Operasional Variabel *Brand Image*

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<i>Brand Image</i> (X ₃)	Identitas merek	Merek produk pakaian muslim memiliki identitas yang mudah dikenali oleh konsumen	<i>Likert</i>
		Merek produk pakaian muslim konsisten dalam menampilkan identitasnya di setiap produk atau layanannya	
	Ciri khas merek	Produk dari merek produk <i>halal fashion</i> memiliki ciri khas yang membedakannya dari merek lain	<i>Likert</i>
	Manfaat merek	Merek produk pakaian muslim menawarkan karakteristik unik yang sesuai dengan harapan konsumen	<i>Likert</i>
		Merek produk pakaian muslim memberikan manfaat yang relevan bagi pengguna	
	Keunggulan Merek	Merek produk pakaian muslim memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan merek lainnya di pasaran.	<i>Likert</i>
		Produk pakaian muslim memiliki keunggulan unik daripada merek tertentu tidak mudah ditemukan pada merek lain yang sejenis.	

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Karakteristik dalam populasi yaitu sebaran dan ciri. Maka dari itu, populasi wajib memiliki batasan yang tegas, siapa, dimana, kapan, dan dapat memperkirakan jumlah dari populasi itu dengan pasti. Populasi dinyatakan dengan tanda N.⁶⁶ Pada penelitian ini, subjek yang digunakan

⁶⁶ Lijan P. Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Praktik*, Ed. Monalisa, Cetakan Ke (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2023).

sebagai populasi adalah masyarakat Kota Tasikmalaya yang pernah membeli produk pakaian muslim.

2. Sampel

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik ini merupakan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶⁷

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan masalah penelitian. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pedoman penentuan besaran ukuran sampel untuk *Structural Equation Modelling (SEM)* sebagai berikut:⁶⁸

- a. Apabila parameter menggunakan metode *maximum likelihood estimation*, besar sampel yang disarankan adalah antara 100-200 dengan minimum sampel adalah 50.
- b. Sama dengan 5-10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel.

⁶⁷ Akhmad Fauzy, *Metode Sampling*, Ed. Arryta Canty, Universitas Terbuka, Kedua, Vol. 9 (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019), <http://Jurnal.Globalhealthsciencegroup.Com/Index.Php/JPPP/Article/Download/83/65%0Ahttp://Www.Embase.Com/Search/Results?Subaction=Viewrecord&From=Export&Id=L603546864%5Cnhttp://Dx.Doi.Org/10.1155/2015/420723%0Ahttp://Link.Springer.Com/10.1007/978-3-319-76>.

⁶⁸ Abuzar Asra And Achmad Prasetyo, *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survey*, Cetakan Pe (Jakarta: Rajawali Pers, 2015).

Oleh karena itu, indikator pada penelitian ini sebanyak 29 item, sesuai dengan poin kedua maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian, tujuan utama dari penelitian ialah mendapatkan suatu data. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket (kuesioner). Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang bersifat tertutup atau terbuka yang perlu dijawab.⁶⁹ Dalam hal ini, peneliti akan menyebarkan angket melalui *Google Form* kepada masyarakat muslim Kota Tasikmalaya yang pernah membeli dan menggunakan produk pakaian muslim.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang diamati baik dari segi alam ataupun sosial.⁷⁰ Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang didasarkan pada sikap responden dalam memberikan tanggapan atas pernyataan yang berkaitan dengan indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, Hlm. 48.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Hlm. 71.

menggunakan, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial.

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu berupa angket atau kuesioner yang disebarkan kepada wakif pengguna pembayaran digital dalam membayar wakaf uang secara digital. Kuesioner disusun dalam bentuk angket dan disediakan lima opsi pilihan dengan teknik skala penilaian keseluruhan angket disusun dengan teknik *self report* yaitu dengan meminta responden untuk memberikan penilaian sesuai tanggapan mereka. Penelitian ini akan menggunakan skala *likert* 1-5 karena untuk menghindari pilihan netral tiga pertanyaan variabel dependen pada tabel berikut:⁷¹

Tabel 3.5. Skor Indikator Kuesioner

Skor	Indikator
Skor 1	Sangat Tidak Setuju
Skor 2	Tidak Setuju
Skor 3	Cukup Setuju
Skor 4	Setuju
Skor 5	Sangat Setuju

Melalui skala ini, responden diminta untuk memberikan tanggapan satu dari lima jawaban yang tersedia. Jawaban masing-masing diberi skor satu sampai lima. Untuk memudahkan penyusunan instrumen maka diperlukan kisi-kisi instrumen.

Tabel 3.6. Skor Tanggapan

Jawaban	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Cukup Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Nilai	5	4	3	2	1

⁷¹ Hindayati Mustafidah And Suwarsito, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*, Ed. Totok Haryanto, Cetakan Pertama (Purwokerto: UM Purwokerto Press, 2020).

Variabel	Sub Variabel	Item Pertanyaan	No. Item
<i>Trend Fashion</i> (X ₁)	Adopsi dan popularitas desain baru	Produk pakaian muslim menggunakan desain terbaru yang mengikuti tren populer.	1,2
		Desain produk pakaian muslim banyak diminati oleh orang lain.	
	Model yang sesuai dengan keinginan	Model produk <i>halal fashion</i> sesuai dengan preferensi saya.	3,4
		Produk pakaian muslim menawarkan model yang mendukung gaya yang saya inginkan	
	Daya tahan produk	Produk pakaian muslim memiliki daya tahan yang baik dalam penggunaan sehari-hari	5
	Variasi desain produk	Variasi desain yang ditawarkan produk pakaian muslim memenuhi kebutuhan saya	6
	Pemasaran produk	Informasi produk pakaian muslim terdapat melalui iklan atau media sosial.	7
<i>Gaya Hidup</i> (X ₂)	Aktivitas	Aktivitas yang saya lakukan dalam menjalankan ibadah dilakukan secara konsisten	8,9
		Saya melakukan aktivitas belanja, bekerja, dan bersosial dengan frekuensi yang teratur.	
	Minat	Saya memiliki minat yang kuat terhadap produk pakaian muslim	10,11
		Minat saya terhadap produk pakaian muslim dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi saya	
	Pendapat	Pendapat saya terhadap produk pakaian muslim didasarkan pada pengalaman dan penggunaan	12,13
		Pendapat saya terhadap produk ini dipengaruhi oleh kualitas dan manfaatnya	
<i>Brand Image</i> (X ₃)	Identitas merek	Merek produk pakaian muslim memiliki identitas yang mudah dikenali oleh konsumen	14,15
		Merek produk pakaian muslim konsisten dalam menampilkan identitasnya di setiap produk atau layanannya	
	Ciri khas merek	Produk dari merek produk pakaian muslim memiliki ciri khas yang membedakannya dari merek lain	16
	Manfaat merek	Merek produk pakaian muslim menawarkan karakteristik unik	17

		yang sesuai dengan harapan konsumen	
		Merek produk pakaian muslim memberikan manfaat yang relevan bagi pengguna	18
	Keunggulan Merek	Merek produk pakaian muslim memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan merek lainnya di pasaran.	19,20
		Produk pakaian muslim memiliki keunggulan unik daripada merek tertentu tidak mudah ditemukan pada merek lain yang sejenis.	
Preferensi <i>Halal Fashion</i> (Y)	Kelengkapan	Saya mampu menentukan pilihan dengan jelas saat membandingkan dua produk pakaian muslim yang berbeda.	21,22
		Saya dapat menilai mana produk pakaian muslim yang lebih saya sukai ketika dihadapkan pada beberapa pilihan.	
	Harga	Saya mengetahui bahwa material yang digunakan pada produk pakaian muslim memiliki kualitas yang baik	23,24
		Saya merasa bahwa produk pakaian muslim memberikan nilai ekonomis yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh.	
	Konsistensi	Saya tetap memilih produk pakaian muslim meskipun ada banyak pilihan fashion lain yang sedang tren.	25
	Merek	Saya mengetahui bahwa produk pakaian muslim berfungsi secara optimal sesuai dengan tujuannya	26,27
		Saya mengetahui bahwa produk pakaian muslim memiliki citra merek yang mencerminkan nilai-nilai syariah.	
	Tangibles	Saya mengetahui bahwa produk pakaian muslim telah memiliki sertifikasi halal yang diakui secara resmi	28,29
		Saya melihat bahwa tampilan fisik produk pakaian muslim (kemasan, label, logo) mencerminkan identitas produk yang berkualitas dan terpercaya.	

F. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan daripada selesainya sebuah data dari seluruh responden yang terkumpul secara statistik. Analisis data adalah salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan dalam memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap.⁷² Ketepatan dalam penggunaan alat analisis sangat diperlukan ketajaman pengambilan kesimpulan, artinya menstabilasi data sesuai variabel asal dari seluruh responden, menyajikan data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab setiap rumusan, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila instrumen yang digunakan berkali-kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Maka, perlu dilakukannya uji instrumen untuk meyakinkan validitas dan reliabilitas merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.⁷³ Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan persamaan pemodelan *Structural Equation Modeling* (SEM).

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, Hlm. 77.

⁷³ Imam Ghazali And Hengky Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*, Cetakan Pertama (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015).

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan sebuah metode statistik *multivariate* yang mampu digunakan untuk menyelesaikan model kausalitas antara variabel secara komprehensif, kompleks, dan berbentuk sistem. *Structural Equation Modeling* (SEM) juga disebut sebagai teknik *prediction-oriented*. *Structural Equation Modeling* (SEM) secara spesifik memiliki manfaat untuk memprediksi variabel dependen dengan melibatkan banyak variabel independen.⁷⁴

a) *Partial Least Square* (PLS)

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang kuat karena tidak didasarkan pada beberapa asumsi atau syarat, seperti uji normalitas dan uji multikolinearitas. Andalan dari metode PLS ini yaitu ukuran sampel yang tidak selalu besar. Adapun andalan lainnya pada bagian data yang tidak harus distribusi secara normal *multivariate* dan indikator dengan skala data kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat dimanfaatkan.⁷⁵

Umumnya, PLS-SEM memiliki tujuan untuk menguji hubungan yang prediktif antar konstruk dengan meninjau ada atau tidaknya hubungan serta pengaruh antar konstruk. Konsekuensi logis dalam menggunakan PLS-SEM ialah saat pengujian dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, tidak menghiraukan

⁷⁴ Willy Abdillah And HM Jogiyanto, *Altertatif Structural Equation Modelling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*, Ed. Dwi Prabantini, Cetakan Pertama (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015).

⁷⁵ Rex B. Kline, *Principles And Practice Of Structural Equation Modeling*, Ed. Todde D. Little, *Guilford Publications, Inc*, Cetakan Ke 1, Vol. 1 (New York: The Guilford Press, 2016), <https://doi.org/10.15353/Cgjsc-Rcессc.V1i1.25>.

beberapa asumsi yang disebut non-parametrik dan parameter ketepatan model prediksi yang ditinjau dari nilai koefisien determinasi (R^2).

b) Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan pengukuran. *Outer model* juga dikenal dengan istilah evaluasi model pengukuran yang merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel laten. Evaluasi model pengukuran ini dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian yang dikembangkan dalam mengukur sebuah penelitian. Semakin tinggi nilai instrumen maka semakin baik dalam mewakili pertanyaan sebuah penelitian.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan suatu instrumen. Instrumen yang valid bermakna bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Uji validitas dengan program *SmartPLS* 3.0 dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Syarat yang digunakan untuk menilai validitas yaitu

nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7.⁷⁶ Selanjutnya, *discriminant validity* yang berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (*manifest variable*) konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi, cara untuk menguji *discriminant validity* dengan indikator refleksif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus >0,70 dan nilainya lebih tinggi dari variabel lainnya.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan segi akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program *SmartPLS* 3.0, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan cara menghitung nilai *composite reliability*. Syarat yang digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu *composite reliability* yang harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6-0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*. Uji reliabilitas tidak dapat dilakukan pada model formatif karena masing-masing

⁷⁶ Singgih Santoso, *Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Menggunakan Amos 26*, Cetakan Pe (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2021), Hlm. 129.

indikator dalam suatu variabel laten diasumsikan tidak saling berkorelasi atau independen.⁷⁷

c) Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model adalah bagian evaluasi (pengecekan) adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model. Hal ini guna mengukur kemampuan prediksi model. Maka digunakan beberapa kriteria berikut.⁷⁸

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk *endogen* dijelaskan oleh konstruk *eksogen*. Nilai R^2 yang diharapkan ialah antara 0 dan 1.

2) *Effect Size* (f^2)

Effect size memiliki tujuan untuk menilai ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antar variabel. Nilai $f^2 = 0,02$ (kecil), 0,15 (sedang), dan 0,35 (besar). Di samping itu, nilai $f^2 < 0,02$ dapat diabaikan.

3) Koefisien Jalur (*Path Coefficients*)

Koefisien jalur memiliki tujuan untuk melihat signifikan dan kekuatan hubungan, serta untuk menguji hipotesis. Nilai ini berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati +1, maka

⁷⁷ Agustinus Bandur And Hajanto Prabowo, *Penelitian Kuantitatif: Metodologi, Desain, Dan Analisis Data Dengan SPSS, AMOS & Nvivo*, Cetakan Pe (Bogor: Mitra Wacana Media, 2021), Hlm 258.

⁷⁸ Ghazali And Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.

hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang makin mendekati -1 maka hubungan tersebut negatif.⁷⁹

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian *inner* model yang meliputi *output R-square*, koefisien parameter, dan statistik. Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak dengan cara memperhatikan nilai signifikan antara konstruk, *t-statistik*, dan *p-values*. Pengujian ini menggunakan program *SmartPLS (Partial Least Square)* 3.0. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat melalui perhitungan *bootstrapping*. Adapun *rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah *t-statistik* > 1,96 dengan tingkat signifikansi *p-value* 0,05 (5%).⁸⁰

Ada beberapa tahapan dalam melakukan pengujian terhadap hipotesis, sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)
- b. Tingkat signifikansi (α)=1- α , yang merupakan peluang terbesar untuk menolak atau menerima H_0 .
- c. Menentukan daerah penolakan H_0 dan statistik uji yang sesuai.

Daerah penolakan adalah interval nilai dimana hitungan suatu uji

⁷⁹ Joseph F. Hair Et Al., *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Sage Publication, Cetakan Ke (Los Angeles: Sage Publication Inc, 2017), [https://Eli.Johogo.Com/Class/CCU/SEM/_A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling_Hair.Pdf](https://Eli.Johogo.Com/Class/CCU/SEM/_A_Primer_On_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_Hair.Pdf).

⁸⁰ Danang Sunyoto, *Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis*, Ed. Ratino, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009).

statistik yang berada dalam interval akan ditolak hipotesis nolnya.

- d. Menghitung uji statistik dengan menggunakan parameter sampel, yang distribusi samplingnya dapat digolongkan pada kasus hipotesis nol dan hipotesis alternatif.
- e. Membuat kesimpulan apakah hipotesis nol diterima atau ditolak.
- f. Menginterpretasikan kesimpulan sesuai dengan masalah.

Uji hipotesis yaitu *cross check* antara hasil uji T dengan t-Tabel yang menghasilkan diterima atau tidaknya hipotesis pada setiap jalur hubungannya.

G. Tempat Dan Jadwal Penelitian

1. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, penulis melakukan penyebaran angket kepada masyarakat muslim Kota Tasikmalaya yang pernah membeli produk pakaian muslim.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun akademik 2024/2025, yaitu dimulai pada minggu pertama bulan Januari 2025 sampai dengan alokasi waktu penelitian pada tabel berikut ini:

Tabel 3.9. Waktu Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Periode						
		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL
		2025						
1	Penyusunan permasalahan							

2	SK judul							
3	Penyusunan usulan penelitian							
4	Seminar usulan penelitian							
5	Pelaksanaan penelitian							
	Pengumpulan data							
	Pengolahan data							
6	Skripsi							