

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah upaya menyelidiki dan menelusuri sesuatu masalah dengan menggunakan cara kerja ilmiah secara cermat dan teliti untuk mengumpulkan, mengolah, melakukan analisis data dan mengambil kesimpulan secara sistematis dan objektif guna memecahkan suatu masalah atau menguji hipotesis untuk memperoleh suatu pengetahuan yang berguna bagi kehidupan manusia.⁶⁶

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah langkah-langkah ilmiah yang ditempuh oleh seorang peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh data-data yang dikuantifikasi dan dianalisis untuk menjawab/memecahkan suatu masalah.⁶⁷ Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian PLS-SEM dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. Maka dari itu, penulis mengelola data secara statistik dan dijadikan sistematis, selanjutnya hasil penelitian ini akan disimpulkan dan kemudian dideskripsikan bagaimana hasil dari pengelolaan data yang dihasilkan tersebut.

⁶⁶ Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, vol. 1, 2021.

⁶⁷ A Muin, *Metode Penelitian Kuantitatif. CV. Social Politic Genius (SIGn) Publisher. Diakses Pada 3 Mei 2025* (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2021).

B. Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Artinya, bahwa dalam penelitian terdapat sesuatu yang menjadi sasaran, yaitu variabel, sehingga variabel merupakan fenomena yang menjadi pusat perhatian penelitian untuk diobservasi atau diukur.⁶⁸

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*), variabel terikat (*dependent*) dan variabel intervening, adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶⁹ Pada penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel bebas yaitu Kepercayaan Konsumen (X1) dan Harga (X2).

a. Kepercayaan Konsumen (X1)

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur kepercayaan konsumen adalah *Benevolence* (kesungguhan / ketulusan), *Ability* (Kemampuan),

⁶⁸ Benny S. Pasaribu, *Metodologi Penelitian, UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN* (Banten: Media Edu Pustaka, 2022), [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi%20Penelitian.pdf).

⁶⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2020).

Integrity (Integritas) dan *Willingness to depend* (keinginan bergantung).

Pengukuran dan operasional variabel diuraikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Kepercayaan Konsumen (X1)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepercayaan Konsumen (X1)	Kepercayaan Konsumen adalah keyakinan dan harapan konsumen terhadap suatu produk, layanan, atau perusahaan bahwa mereka akan bertindak demi kepentingan terbaik kosumen dan memenuhi janji.	1. <i>Benevolence</i> (kesungguhan / ketulusan) 2. <i>Ability</i> (Kemampuan) 3. <i>Integrity</i> (integritas) 4. <i>Willingness to depend</i> (keinginan bergantung)	Likert

b. Harga (X2)

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

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Harga (X2)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa yang harus dibayarkan oleh konsumen agar bisa memiliki atau mendapatkan manfaat dari produk atau jasa tersebut.	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk 3. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat 4. Harga Sesuai Dengan Kemampuan Atau Daya Saing Harga	Likert

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁷⁰ Variabel dependen atau variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Ulang (Y).

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian Ulang (Y)	Keputusan pembelian ulang adalah tindakan konsumen membeli kembali produk atau jasa yang sama karena kepuasan atas pengalaman sebelumnya, mencerminkan loyalitas merek dan penting untuk stabilitas pasar.	1. Minat Transaksional 2. Minat Refrensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	Likert

3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyelalantara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.⁷¹

⁷⁰ Sugiyono.

⁷¹ Sugiyono.

Penelitian ini menggunakan Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel intervening.

Tabel 3. 4 Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan persepsi kinerja produk atau layanan dengan harapan mereka. Ini merupakan tingkat di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh apa yang mereka terima dari suatu produk atau jasa.	1. Kualitas Layanan 2. Responsivitas 3. Aksesibilitas 4. Kemudahan Penggunaan 5. Kejelasan Informasi	Likert

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Populasi tersebut akan menjadi sumber data penelitian. Oleh karena itu peneliti akan memilih sasaran populasi sesuai dengan tujuan penelitiannya.⁷²

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Muslim yang pernah membeli produk pakaian bekas (*thrifting*) dan yang bertempat tinggal di Kota Tasikmalaya. Ukuran populasi pada penelitian ini tidak dapat dipastikan jumlahnya karena tidak ada sumber data yang pasti.

⁷² Amruddin et al., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022).

2. Sampel

Sampel adalah beberapa obyek atau subyek yang diambil dari keseluruhan obyek atau subyek pada suatu populasi. Kumpulan kecil obyek atau subyek (sampel) yang diambil dari populasi digunakan untuk mewakili karakteristik dari populasi tersebut yang akan digunakan untuk ditarik kesimpulan. Kesimpulan yang ditarik dari sampel akan menghasilkan temuan-temuan untuk dianalisis dan didiskusikan dalam sebuah penelitian.⁷³

Dalam penelitian ini karena populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis *probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dimana peneliti sendiri yang menentukan sampel, sesuai dengan ketentuan tertentu.

Penentuan besaran ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Hair, menyatakan bila metode yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) ukuran hair minimum 100-200 sampel. Selain itu, Hair menyatakan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5-10 kali jumlah variabel yang diestimasi.⁷⁴

Adapun item variabel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 17 item variabel, maka rumus Hair yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini sebagai berikut⁷⁵:

⁷³ Rahawida Putri et al., *Metodologi Penelitian Sosial* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022).

⁷⁴ Joseph Hair et al., *Multivariate Data Analysis* (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010).

⁷⁵ Hair et al.

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah Sampel} &= 10 \times \text{indikator (item variabel)} \\
 &= 10 \times 17 \text{ indikator (item variabel)} \\
 &= 170 \text{ sampel}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, sampel yang akan digunakan pada penelitian sebanyak 170 orang sebagai responden pada konsumen produk pakaian bekas (*thrifting*) kepada masyarakat Muslim Kota Tasikmalaya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Angket atau kuesioner merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berisi pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Kuesioner memungkinkan peneliti untuk mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik yang dijadikan responden pada suatu variabel penelitian. Tujuan dari pembuatan kuesioner adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian dan mendapatkan data dengan validitas dan reliabilitas yang setinggi mungkin.⁷⁶ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuesioner (angket) dengan menyebarkan kuesioner melalui google form kepada masyarakat Muslim Kota Tasikmalaya yang pernah melakukan pembelian produk *thrifting*.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisa hasil penelitian yang dilakukan

⁷⁶ Slaet Widodo et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian*, Cv Science Techno Direct (Pangkalpinang: Cv Science Techno Direct, 2023).

pada langkah penelitian selanjutnya. Pada prinsipnya instrumen penelitian memiliki ketergantungan dengan data-data yang dibutuhkan oleh karena itulah setiap penelitian memilih instrumen penelitian yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.⁷⁷ Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini Adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁷⁸

Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan kisi-kisi instrumen, berikut kisi-kisi instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. 5 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	No Item
Kepercayaan Konsumen (X1)	<i>Benevolence</i> (kesungguhan / ketulusan)	1. Saya percaya penjual <i>thrift</i> ing telah jujur mengenai kondisi sebenarnya dari produk yang mereka jual. 2. Saya yakin penjual <i>thrift</i> ing ingin memastikan saya puas dengan pembelian, bukan hanya ingin mengambil keuntungan.	1,2
	<i>Ability</i> (Kemampuan)	1. Saya yakin penjual <i>thrift</i> ing memiliki keterampilan untuk membersihkan dan merawat produk agar kondisinya optimal. 2. Saya menilai proses pengiriman dan penanganan barang oleh penjual <i>thrift</i> ing dilakukan secara profesional.	3,4
	<i>Integrity</i> (integritas)	1. Saya percaya penjual <i>thrift</i> ing selalu menepati kebijakan yang mereka umumkan, seperti kebijakan retur atau <i>refund</i> . 2. Saya merasa harga yang ditawarkan oleh penjual <i>thrift</i> ing	5,6

⁷⁷ Dhian Tyas and Untari Se, *Metode Penelitian Dasar* (Jakarta Barat: Tribudhi Pelita Indonesia, 2023).

⁷⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.

		sebanding dan adil dengan kondisi produk yang dijual.	
	<i>Willingness to depend</i> (keinginan bergantung)	1. Saya ingin melakukan pembelian kembali di toko/penjual <i>thrifting</i> ini di masa depan. 2. Saya akan merekomendasikan penjual/toko <i>thrifting</i> ini kepada teman atau keluarga.	7,8
Harga (X2)	Keterjangkauan harga	1. Saya membeli produk sesuai dengan harga. 2. Saya mempertimbangkan harga dalam membeli produk.	9,10
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Saya memahami bahwa harga yang mahal cenderung memiliki kualitas yang baik. 2. Saya mempertimbangkan kualitas dan harga sebelum membeli produk.	11,12
	Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Saya memahami bahwa harga dapat mempengaruhi manfaat yang diberikan produk. 2. Saya mempertimbangkan harga dan manfaat sebelum membeli produk.	13,14
	Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga	1. Saya mempertimbangkan kemampuan pembelian sebelum membeli produk. 2. Saya membandingkan harga suatu produk dengan produk lain sebelum melakukan pembelian.	15,16
Keputusan Pembelian Ulang (Y)	Minat Transaksional	1. Saya berniat untuk membeli kembali produk <i>thrifting</i> dimasa mendatang, karena merasa puas dengan pengalaman sebelumnya. 2. Saya akan menjadikan produk <i>thrifting</i> sebagai pilihan utama saat saya membutuhkan kategori produk yang sama.	17,18
	Minat Refrensial	1. Saya akan merekomendasikan produk <i>thrifting</i> kepada oarang-orang terdekat saya. 2. Saya akan memberikan ulasan positif atau testimoni kepada orang lain mengenai pengalaman saya menggunakan produk ini.	19,20

	Minat Preferensial	1. Saya tetap memilih produk <i>thriftling</i> daripada membeli produk baru dengan harga yang lebih mahal. 2. Saya merasa produk <i>thriftling</i> lebih unggul dibandingkan dengan produk lain yang sejenis dipasar.	21,22
	Minat Eksploratif	1. Saya aktif mencari informasi mengenai perkembangan terbaru dari produk <i>thriftling</i>. 2. Saya senang meluangkan waktu untuk mencari tahu lebih dalam tentang merek mengenai produk <i>thriftling</i>.	23,24
Kepuasan Pelanggan (Z)	Kualitas Layanan	1. Saya merasa kualitas layanan yang diberikan penjual/toko <i>thriftling</i> sangat baik. 2. Saya percaya dengan kualitas layanan yang baik pada penjual/toko <i>thriftling</i> ini membuat konsumen nyaman.	25,26
	Responsivitas	1. Saya merasa penjual/toko <i>thriftling</i> merespons pertanyaan dan pesan saya dengan sangat cepat. 2. Saya merasa penjual/toko <i>thriftling</i> segera menindaklanjuti permintaan saya (misalnya: permintaan foto detail tambahan produk).	27,28
	Aksesibilitas	1. Saya tidak kesulitan untuk menghubungi dan berkomunikasi dengan penjual/toko <i>thriftling</i> melalui saluran yang tersedia. 2. Saya merasa jam layanan (misalnya: jam <i>live</i>, jam <i>chat</i>) yang disediakan penjual/toko <i>thriftling</i> cukup memadai bagi saya.	29,30
	Kemudahan Penggunaan	1. Saya merasa alur untuk melakukan pembelian (<i>claim</i>, <i>check out</i>, pembayaran) produk <i>thriftling</i> sangat mudah saya pahami. 2. Saya merasa metode pembayaran yang disediakan oleh penjual/toko	31,32

		<i>thrift</i> ing sangat beragam dan mudah saya gunakan.	
	Kejelasan Informasi	1. Saya merasa deskripsi produk (ukuran, bahan, merek, harga) yang diberikan penjual/toko <i>thrift</i> ing sangat lengkap dan jelas. 2. Saya merasa penjual/toko <i>thrift</i> ing selalu memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai kondisi minus/cacat (jika ada) pada produk.	33,34

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain⁷⁹:

- 1) Sangat Setuju (SS) = 5
- 2) Setuju (S) = 4
- 3) Ragu-ragu/Netral (N) = 3
- 4) Tidak setuju (TS) = 2
- 5) Sangat tidak setuju (STS) = 1

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik.⁸⁰ Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁷⁹ Sugiyono.

⁸⁰ Sugiyono.

1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

SEM dapat diartikan sebagai salah satu alat teknik analisis yang menguji variabel laten dan konstruk manifes baik endongen maupun eksogen untuk menggambarkan hubungan simultan oleh peneliti.⁸¹

a) PLS (*Partial Least Square*)

Analisis *Partial Least Square* (PLS) merupakan teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independent berganda. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda. Ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian, adanya data yang hilang (*missing value*) dan multikolinieritas.⁸²

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS yang disebut juga teknik *prediction-oriented*. Pendekatan SEM-PLS secara khusus berguna untuk memprediksi variabel dependen dengan melibatkan banyak variabel independen.

b) Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model Pengukuran (Outer Model) berfokus pada bagaimana konstruk laten (variabel yang tidak dapat diamati secara langsung) diukur oleh indikator-indikator (variabel yang diamati). Dengan kata lain, ini mengevaluasi apakah item-item kuesioner atau variabel yang diukur benar-benar mewakili atau mengukur konstruk

⁸¹ Suharto and Finny Ligery, *Analisis SEM Teori Dan Praktik* (Metro: Lembaga Penelitian UM Metro, 2018).

⁸² Rahmad Solling and Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program SmartPLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis* (Jakarta Pusat: Inkubator Penulis Indonesia, 2019).

yang seharusnya mereka ukur. Evaluasi model ini krusial untuk memastikan bahwa data yang digunakan untuk menguji hubungan dalam model struktural adalah valid dan reliabel.⁸³

1) Uji Validitas

a. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen adalah sejauh mana indikator yang mengukur konstruk yang sama memiliki hubungan yang tinggi satu sama lain. Validitas konvergen dapat diuji dengan faktor loading dalam model pengukuran. Faktor loading adalah nilai yang menunjukkan seberapa erat hubungan antara indikator dan konstruknya. Biasanya, faktor loading yang lebih besar dari 0.70 dianggap sebagai indikasi validitas konvergen yang baik. Jika ada indikator dengan faktor loading di bawah nilai ini, maka indikator tersebut bisa dipertimbangkan untuk dihapus atau direvisi.⁸⁴

b. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminann adalah validitas yang digunakan untuk memastikan bahwa suatu konstruk berbeda secara signifikan dari konstruk lainnya dalam model penelitian.⁸⁵ Dalam penelitian ini, uji validitas diskriminan hanya menggunakan analisis nilai *cross loading*. Pendekatan ini dipilih karena fokus pengujian instrumen dalam penelitian ini diarahkan

⁸³ Pribanus Wantara et al., *Riset Pemasaran (Teori, Metodologi, Dan Aplikasi Praktis)* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2025).

⁸⁴ Budi Kuncahyo and Ayrton Fajar, *Permodelan Persamaan Struktural Untuk Penelitian Perkebunan Kelapa Sawit* (Goresan Pena, 2025).

⁸⁵ Kuncahyo and Fajar.

untuk memastikan validitas pada level indikator atau item pernyataan secara spesifik.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan koefisien loading suatu indikator pada konstruk yang dituju dengan konstruk lainnya dalam model. Kriteria keberhasilan merujuk pada Chin (1998), dimana sebuah indikator dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai korelasi indikator tersebut terhadap konstruk utamanya jauh lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi terhadap konstruk-konstruk lainnya.⁸⁶

Penggunaan *cross loading* ini sudah cukup untuk membuktikan bahwa indikator-indikator tersebut secara empiris mampu membedakan satu konstruk dengan konstruk lainnya pada level item.⁸⁷ Bila nilai *cross loading* indikator lebih dari 0,7 dalam 1 variabel, maka lolos pengujian ini.⁸⁸

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menentukan apakah suatu instrumen pengukuran dapat dipercaya untuk mengukur variabel laten secara akurat. *Outer loadings* atau indikator individu diperiksa untuk memastikan bahwa setiap indikator memiliki kontribusi signifikan terhadap konstruk yang diukur. Jika nilai *outer loading* suatu indikator lebih dari 0,7, maka indikator tersebut dianggap cukup kuat dalam mengukur konstruk laten. Salah satu metode yang umum digunakan adalah *Cronbach's Alpha*, yang mengukur tingkat

⁸⁶ Chin, Wynne W, *The Partial Least Squares Approach to Atuctural Equation Modeling*, (New Jersey, 1998)

⁸⁷ Chin, Wynne W.

⁸⁸ Sri Mangesti, Wita Ramadhani, and Taufik Margui, *Analisis Pengaruh Gender Direksi Dan Komisaris, Manajeemen Laba, Serta Kinerja Perusahaan Terhadap Kopensasi Manajemenn Puncak Di ASEAN* (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

korelasi antar indikator dalam satu konstruk. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7, maka model dianggap memiliki reliabilitas yang baik.⁸⁹

Selain itu, *Composite Reliability* (CR) juga digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk, yang memberikan hasil lebih akurat dibandingkan *Cronbach's Alpha* karena mempertimbangkan *loading factor* dari masing-masing indikator. Reliabilitas dalam SEM juga dikaji melalui *Average Variance Extracted* (AVE), yang mengukur sejauh mana indikator dalam suatu konstruk berbagi varians dengan konstruk itu sendiri. Nilai AVE yang lebih dari 0,5 menunjukkan bahwa indikator dalam suatu konstruk memiliki reliabilitas yang cukup baik.⁹⁰

c) Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi inner model dilakukan dengan menggunakan metode resampling untuk mengetahui berapa signifikansi antar variabel dengan metode bootstrapping. Evaluasi inner model dengan melihat nilai R-square pada setiap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen dan dengan nilai signifikansinya.⁹¹

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah ukuran statistik yang digunakan untuk menentukan proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat diprediksi atau dijelaskan oleh variabel independen. Nilai koefisien

⁸⁹ Kuncahyo and Fajar, *Permodelan Persamaan Struktural Untuk Penelitian Perkebunan Kelapa Sawit*.

⁹⁰ Kuncahyo and Fajar.

⁹¹ Retno Indrianrtiningtias, Issa Dyah, and Kukuh Winarso, *Analisis Multivariate Edisi 2* (LovRinz Publishing, 2025).

determinasi (R^2) diharapkan antara 0 dan 1. Nilai R^2 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model kuat, moderat dan lemah. Sedangkan menurut Chin kriteria nilai R^2 yang mendekati 0,67 dinilai kuat, 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah.⁹²

2. *Effect Size* (F^2)

Effect Size (F^2) digunakan untuk mengevaluasi perubahan dalam R^2 value ketika ditentukan konstruk eksogen dihilangkan dari model. Dengan artian apabila dengan konstruk yang dihilangkan memiliki sebuah dampak dalam membangun variabel eksogennya. Ukuran kriteria dari *effect size* (F^2) adalah nilai 0,02 untuk efek lemah, 0,15 untuk efek sedang, dan 0,35 hingga seterusnya untuk efek kuat.⁹³

3. *Path Coefficients* atau Koefisien Jalur

Path Coefficients atau Koefisien Jalur merupakan suatu nilai yang berguna dalam menunjukkan arah hubungan pada variabel, apakah suatu hipotesis memiliki arah yang positif atau negatif. *Path Coefficients* memiliki nilai yang berada rentang -1 sampai dengan 1. Jika nilai berada pada rentang 0 sampai dengan 1, maka dapat dinyatakan positif, sedangkan jika nilai berada pada rentang -1 sampai dengan 0, maka dapat dinyatakan negatif.⁹⁴

⁹² Dedi Rianto, *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Tasikmalaya: Lentera Ilmu Madani, 2023).

⁹³ Joseph F Hair, G Tomas M Hult, and Christian M Ringle, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Amerika Serikat: SAGE Publications, 2017).

⁹⁴ Marwan et al., *Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2023).

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada PLS-SEM dengan prosedur *bootstrapping* menggunakan metode *Bias-Corrected and Accelerated (BCa) Bootstrap* untuk mengetahui nilai koefisien jalur, nilai *t-statistic* dan *p-value* nya. *BCa-Bootstrap* ini berfungsi menilai signifikansi koefisien jalur dalam model struktural yang diindikasikan dengan nilai *p-value* (<0.05). Jika seluruh nilai *p-values* yang diperoleh dibawah 0.05, maka seluruh hipotesis dalam penelitian diterima.⁹⁵

Dalam pengujian hipotesis juga dapat dilihat dari nilai *t-statistik* dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai *statistic* maka untuk alpha 5% nilai *t-statistik* yang digunakan adalah 1,96%. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak ketika *t-statistik* $> 1,96$. Untuk menolak / menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai probabilitas $< 0,05$.⁹⁶

G. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada masyarakat Muslim di Kota Tasikmalaya.

2. Jadwal Penelitian

Alokasi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁹⁵ Hair, Hult, and Ringle, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

⁹⁶ Muhammad Arif and Salsadila April, *Keputusan Pembelian Online: Peran Ecommerce Dan Brand Awareness Dimediasi Dropshipping* (Medan: Umsu Press, 2024).

