

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan rumusan masalah menggunakan rumusan asosiatif. Menurut Sugiyono, metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ada.⁹² Selain itu, rumusan masalah asosiatif merupakan suatu pertanyaan yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁹³

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian PLS-SEM dengan menggunakan *software* SmartPLS 4.0. 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.

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan (Research & Development)*, 4th ed. (Yogyakarta: Alfabeta, 2015).

⁹³ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, 1st ed. (Medan: KBM Indonesia, 2021).

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjabaran dari konsep atau variabel penelitian ke dalam bentuk yang dapat diukur, diamati, dan di uji secara empiris. Definisi operasional berfungsi untuk menjelaskan bagaimana suatu variabel diukur dalam penelitian ini, serta menunjuk alat pengambil data yang sesuai untuk digunakan. Dengan adanya definisi operasional, peneliti dapat memastikan bahwa setiap variabel memiliki batasan yang jelas dan dapat diamati secara langsung, sehingga memungkinkan orang lain untuk melakukan penelitian serupa dan memperoleh hasil yang dapat dibandingkan.⁹⁴

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:⁹⁵

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, anteseden. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat. Variabel ini dinyatakan dengan huruf X. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independennya adalah *Social Media Marketing* (X₁), *Country of Origin* (X₂), Label Halal (X₃).

⁹⁴ Almasdi Syahza, *Metodologi Penelitian*, Revisi (Pekanbaru: UR Press Pekanbaru, 2021).

⁹⁵ Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoretik Dan Praktik*, 1st ed. (Tanjung Barat: PT. RajaGrafindo Persada, 2020).

Tabel 3. 1 Variabel Independen

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Social Media Marketing</i> (X ₁)	<i>Social Media Marketing</i> dapat didefinisikan sebagai upaya untuk mempromosikan produk, jasa, atau merek melalui platform media sosial. ⁹⁶	1. <i>Online Communities</i> 2. <i>Interaction</i> 3. <i>Sharing of Content</i> 4. <i>Accessibility</i> 5. <i>Credibility</i>	Likert
<i>Country of Origin</i> (X ₂)	<i>Country of Origin</i> merupakan image dari sebuah produk yang dipicu oleh asal negara produk tersebut. ⁹⁷	1. Tingkat Kemajuan Teknologi 2. Jenis Produk 3. Prestige atau Gengsi 4. Kualitas Produk 5. Citra Asal Negara	Likert
Label Halal (X ₃)	Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. ⁹⁸	1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi Gambar dan Tulisan 4. Menempel pada Kemasan	Likert

Sumber: Data diolah penulis, (2025)

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel ini dinyatakan dengan huruf Y. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependennya adalah Minat Beli (Y).

⁹⁶ Rani Bambang Arianto, *Pemasaran Media Sosial*, 1st ed. (Serang: Borneo Novelty Publishing, 2024).

⁹⁷ *Ibid.*, hlm. 24

⁹⁸ Muhammad Nizar Muhammad Fahmul Iltiham, *Label Halal Bawa Kebaikan*, 1st ed. (Pasuruan: FAI Press, 2019).

Tabel 3. 2 Variabel Dependen

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk. ⁹⁹	1. <i>Awareness</i> 2. <i>Knowledge</i> 3. <i>Liking</i> 4. <i>Purchase Intention</i>	Likert

Sumber: Data diolah penulis, (2025)

3. Variabel Intervening

Variabel ini merupakan variabel yang secara teoretis mempengaruhi, memperkuat, atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diukur. Variabel ini dinyatakan dengan huruf Z. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel *intervening* adalah *Brand Trust* (Z).

Tabel 3. 3 Variabel Intervening

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Brand Trust</i> (Z)	<i>Brand Trust</i> (kepercayaan merek) merupakan tingkat kesediaan konsumen untuk mengandalkan suatu merek berdasarkan keyakinan bahwa merek tersebut mampu memenuhi fungsi dan harapan sesuai dengan yang dijanjikan. ¹⁰⁰	1. <i>Brand Characteristics</i> 2. <i>Company Characteristics</i> 3. <i>Customer – Brand Characteristics</i>	Likert

Sumber: Data diolah penulis, (2025)

⁹⁹ Aditya Wardhana, *Perilaku Konsumen Di Era Digital*, 1st ed. (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024).

¹⁰⁰ Sunday Ade Sitorus; et. al, *Brand Marketing: The Art of Branding* (Pematangsiantar: CV. Media Sains Indonesia, 2021).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek/subjek penelitian yang ditetapkan oleh peneliti. Sedangkan sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi disebut sampel penelitian.¹⁰¹ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan produk kosmetik.

Pada penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah konsumen pengguna kosmetik Korea halal yang berdomisili di berbagai kota yang berada di Provinsi Jawa Barat baik perempuan maupun laki-laki. Ukuran populasi pada penelitian ini tidak dapat dipastikan secara definitif jumlahnya karena tidak ada sumber data yang pasti.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.¹⁰²

¹⁰¹ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*, 3rd ed. (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, 2021).

¹⁰² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 19th ed. (Bandung: Alfabeta, 2013).

Sampel harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi. Penelitian dengan menggunakan teknik pengambilan sampel lebih menguntungkan dibandingkan dengan menggunakan populasi saja.¹⁰³

Penentuan jumlah sampel dilakukan berdasarkan teori Hair, yang menyatakan bahwa banyaknya jumlah sampel pada analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) harus setidaknya 5 – 10 kali jumlah pernyataan kuesioner.¹⁰⁴ Maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 198.

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= 9 \times 22 \text{ (jumlah pernyataan)} \\ &= \mathbf{198 \text{ sampel}}\end{aligned}$$

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Teknik ini tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih. Jenis atau cara penarikan sampel dari populasi secara *non-probability* ini menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu.¹⁰⁵ Subjek yang dipilih penulis

¹⁰³ Ria Rahmatul Istiqomah Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, 1st ed. (Mataram: CV Pustaka Ilmu, 2020).

¹⁰⁴ Joseph; Tomas M Hlut; Chistian M Ringle; Marko Sarstedt H, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed. (Los Angeles: Sage, 2017).

¹⁰⁵ Abigail Soesana; dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1st ed. (Yayasan Kita Menulis, 2023).

untuk penelitian ini adalah konsumen muslim pengguna kosmetik Korea halal yang berdomisili di daerah yang berada di Jawa Barat. Berikut adalah kriteria sampel yang digunakan, yaitu:

1. Konsumen muslim yang berdomisili di Jawa Barat
2. Pengguna muslim kosmetik Korea halal.
3. Pernah atau berminat menggunakan produk kosmetik Korea Halal seperti Innisfree, Laneige, dan Barenbliss.
4. Berusia >17 tahun.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam proses penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, di mana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti.¹⁰⁶ Angket memiliki beberapa komponen yaitu petunjuk pengisian, bagian identitas responden (nama, alamat, jenis kelamin, pekerjaan, usia, dan lainnya), dan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis.¹⁰⁷

Kuesioner cocok apabila digunakan dalam jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat diberikan kepada

¹⁰⁶ Sugiyono, Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi, Revisi (Yogyakarta: CV. Alfabeta, 2024).

¹⁰⁷ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 1st ed. (Banjarmasin: Antasari Press, 2011).

responden secara langsung atau melalui internet dan dapat dibuat berupa pertanyaan/pernyataan. Jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup yakni yang sudah disiapkan jawabannya oleh peneliti dan tidak diberi kemungkinan atau kesempatan kepada responden untuk memberikan jawaban selain yang sudah disediakan.¹⁰⁸ Dalam penelitian ini akan disebar angket untuk konsumen muslim pengguna kosmetik Korea halal yang berdomisili di berbagai daerah Provinsi Jawa Barat.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.¹⁰⁹ Instrumen penelitian dibuat sesuai dengan tujuan pengukuran dan teori yang digunakan sebagai dasar. Susunan instrumen untuk setiap penelitian tidak selalu sama dengan penelitian lainnya karena tujuan dan mekanisme kerja dalam setiap teknik penelitian juga berbeda-beda.

Instrumen penelitian memiliki fungsi yang sangat penting dalam proses penelitian, yaitu digunakan sebagai alat dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam suatu penelitian.¹¹⁰ Instrumen penelitian ini diadopsi dari Pujangga, Syahputra, Nasikah, Nikolaus, dan Fitri. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert adalah skala

¹⁰⁸ Sitti Mania Sulaiman Saat, *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula*, Revisi (Makassar: Pusaka Almaida, 2020).

¹⁰⁹ *Ibid.*, hlm. 51

¹¹⁰ Slamet Widodo; Dkk, *Buku Ajar Metode Penelitian* (Pangkalpinang: CV Science Techno Direct, 2023).

yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal.¹¹¹

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

Tabel 3. 4 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Nomor
<i>Social Media Marketing</i> (X ₁) ¹¹²	<i>Online communities</i>	1. Saya merasa merek kosmetik Korea yang saya gunakan memiliki komunitas online yang aktif di media sosial	1
	<i>Interaction</i>	1. Akun media sosial kosmetik yang saya gunakan sering merespons komentar atau pesan dari konsumen.	2
	<i>Sharing of content</i>	1. Konten yang dibagikan produk kosmetik yang saya gunakan menarik untuk dibagikan kembali ke pengguna lain.	3
	<i>Accessibility</i>	1. Saya merasa mudah mengakses informasi tentang produk kosmetik Korea melalui media sosial.	4
	<i>Credibility</i>	1. Informasi yang disampaikan melalui media sosial dari produk kosmetik terasa jujur dan dapat dipercaya.	5
<i>Country of Origin</i> (X ₂) ¹¹³	Tingkat kemajuan teknologi	1. Saya merasa inovasi teknologi dari negara asal produk kosmetik Korea membuat produknya lebih unggul. 2. Saya percaya produk kosmetik Korea memiliki teknologi yang lebih maju dibandingkan produk lokal.	6,7
	Jenis produk	1. Produk kosmetik Korea menawarkan jenis produk yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan kulit saya.	8

¹¹¹ Mintarti Indartini; Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi, Dan Regresi Linear Berganda*, 1st ed. (Klaten: Penerbit Lakeisha, 2024).

¹¹² Muhamad Reza Pujangga, "Pengaruh Kesadaran Halal, Gaya Hidup dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Muslim Coffee Shop di Kota Tasikmalaya)," 2024.

¹¹³ Hafiz Syahputra, "Pengaruh Country of Origin Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Pembelian (Studi Pada Pusat Penjualan Xiaomi-Pekanbaru)," 2022.

	Prestige atau gengsi	1. Saya merasa lebih percaya diri saat menggunakan produk kosmetik dari negara yang terkenal dengan kualitas kecantikannya.	9
	Kualitas produk	1. Saya percaya produk kosmetik Korea memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan produk lokal.	10
	Citra negara asal	1. Saya memiliki persepsi positif terhadap produk kosmetik yang berasal dari negara dengan reputasi baik dalam industri kecantikan.	11
Label Halal (X ₃) ¹¹⁴	Gambar	1. Saya memperhatikan adanya label halal sebelum melakukan pembelian	12
	Tulisan	1. Adanya tulisan halal dapat meyakini kehalalannya pada pembelian produk kosmetik Korea	13
	Kombinasi gambar dan tulisan	1. Saya mengetahui kombinasi gambar dan tulisan label halal yang resmi dari MUI	14
	Menempel pada kemasan	1. Saya mengetahui posisi label halal pada kemasan suatu produk kosmetik Korea	15
Minat Beli (Y) ¹¹⁵	<i>Awareness</i>	1. Saya mudah mengenali produk kosmetik Korea ketika melihatnya di media sosial atau toko.	16
	<i>Knowledge</i>	1. Saya memahami informasi dasar mengenai produk kosmetik Korea seperti kegunaan atau kualitasnya.	17
	<i>Liking</i>	1. Saya menyukai produk kosmetik Korea setelah mengetahui lebih banyak tentang produk tersebut.	18
	<i>Purchase Intention</i>	1. Saya berniat membeli produk kosmetik Korea dalam waktu dekat.	19
Brand Trust (Z) ¹¹⁶	<i>Brand Characteristics</i>	1. Saya percaya merek kosmetik Korea halal memiliki kualitas produk yang baik	20
	<i>Company Characteristics</i>	1. Saya percaya perusahaan yang memproduksi kosmetik Korea	21

¹¹⁴ Kholifatul Nasikah, "Pengaruh Kesadaran Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik," 2023.

¹¹⁵ Nikolaus, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada PT. Wahana Kreasi Hasil Kencana," 2022.

¹¹⁶ Melina Fitri, "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Produk Scarlett," 2023.

		halal memiliki kredibilitas yang baik.	
	<i>Customer – Brand Characteristics</i>	1. Saya merasa nyaman memilih merek kosmetik Korea halal dibanding merek yang tidak memiliki sertifikasi halal.	22

Sumber: Data diolah penulis, (2025)

Dalam penyusunan instrumen untuk variabel tertentu, sebaiknya butir-butir pernyataan dibuat dalam bentuk kalimat positif, netral, atau negatif sehingga responden dapat menjawab serius dan konsisten. Setiap jawaban yang dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:¹¹⁷

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

F. Uji Instrumen

Uji instrumen digunakan untuk menilai apakah instrumen yang digunakan memiliki kelayakan dan dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini. Instrumen penelitian yang baik harus memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas terkait dengan jaminan bahwa instrumen mampu mengukur sesuatu yang hendak diukur. Adapun

¹¹⁷ Siti Sarah Rohmad, *Pengembangan Instrumen Angket*, 1st ed. (Puwokerto: Penerbit K-Media, 2021).

reliabilitas mengacu pada tingkat keajegan instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Hasil uji instrumen yang dilakukan sebagai berikut:¹¹⁸

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah syarat untuk sebuah penelitian. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkah kesahihan atau kevalidan sebuah instrumen. Artinya suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Begitupun sebaliknya, jika instrumen tersebut kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Instrumen yang reliable adalah instrumen yang manakala digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian.¹¹⁹ Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya:

¹¹⁸ Abdul Muin, *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif*, 1st ed. (Pamekasan: Literasi Nusantara, 2023).

¹¹⁹ Sari Abdullah, Jannah, Aiman, Hasda, Fadhilla, Taqwin, Masita, Ardiawan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022).

1. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) adalah sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif “rumit” secara berjenjang. Hubungan rumit tersebut dapat diartikan sebagai rangkaian hubungan yang dibangun antara satu atau beberapa variabel dependen/endogen dengan satu atau beberapa variabel independen/eksogen.¹²⁰

a. PLS (*Partial Least Square*)

Partial Least Squares (PLS) adalah teknik statistika multivariant yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data. *Partial Least Square* merupakan jenis analisis statistik multivariant yang kegunaannya sama dengan SEM di dalam analisis covariance. PLS mampu menghubungkan Kumpulan variabel independen dengan beberapa variabel dependen (respon).¹²¹

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

¹²⁰ Mohammad Rachman Minto Waluyo, *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling*, Revisi (Surabaya: Literasi Nusantara Abadi, 2020).

¹²¹ Widarto Rachbini; Tiolina Evi, *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)*, 1st ed. (Tahta Media Group, 2022).

yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan secara bersamaan dalam model kompleks yang terdiri dari beberapa konstruksi, variabel indikator, dan jalur struktural.¹²²

b. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi Model Pengukuran adalah evaluasi terhadap alat yang dipakai untuk mengumpulkan data penelitian. Evaluasi ini digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas alat pengumpul data (*measurement*).¹²³ Berikut adalah evaluasi model pengukuran yang dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas:

1) Uji Validitas

a. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen merujuk pada konvergensi antar instrumen yang digunakan untuk mengukur konstruk yang sama. Konvergensi ditunjukkan oleh korelasi yang tinggi. Dalam PLS indikator validitas konvergen adalah *loading factor* (loading factor menunjukkan korelasi antara instrument dengan konstruksinya), AVE (*Average Variance Extracted*) dan *Communality*.¹²⁴ Nilai yang

¹²² Dedi Rianto Rahadi, *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 1st ed. (Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Madani, 2023).

¹²³ Duryadi, *Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021).

¹²⁴ Monika Palupi Murniati; Vena Purnamasari; Stephana Dyah Ayu; Agnes Advensia; Ranto Sihombing; Yusni Warastuti, *Alat-Alat Pengujian Hipotesis* (Semarang: Unika Soegijapranata, 2013).

direkomendasikan adalah $>0,70$ untuk *confirmatory research*, jika nilai *construct validity* dan *reliability* telah valid dan reliabel ditandai semua warna hijau, nilai loading faktor bisa diterima jika lebih dari 0,5.

b. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan merujuk pada diskriminasi instrumen ketika mengukur konstruk yang berbeda. Validitas diskriminan menguji sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lain.¹²⁵ Nilai validitas diskriminan dapat dilihat dari *cross loading* yaitu >70 untuk setiap variabel.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan tingkat keakuratan, konsistensi, serta ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Pada uji reliabilitas terdapat uji internal *consistency reliability* mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latennya. Alat yang dapat digunakan untuk menilai yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Nilai *cronbach's alpha* direkomendasikan di atas 0,7. Sedangkan nilai *composite reliability* 0,6 – 0,7.

¹²⁵ Hatta Setiabudi; Suwono; Yudi Agus Setiawan; Syahrul Karim, *Analisis Data Kuantitatif Dengan SmartPLS 4* (Purwokerto: Borneo Novelty Publishing, 2025).

c. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*Inner Model*) yaitu R-Square dan Signifikansi.

1) Koefisien Determinasi (R Square)

Kriteria nilai R^2 sebesar 0,67, 0,33, 0,19 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, sedang, dan lemah.

2) *Effect Size* (f^2)

Effect size (f^2) dalam analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) merupakan seberapa besar ukuran pengaruh suatu variabel laten eksogen (predictor) terhadap variabel laten endogen (hasil). Kriteria yang digunakan adalah nilai f square 0,02 memiliki pengaruh kecil, f square 0,15 nilai memiliki pengaruh sedang, dan f square nilai 0,35 sebagai besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak memiliki pengaruh.¹²⁶

H. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, tempat yang dijadikan lokasi penelitian ini adalah Jawa Barat.

¹²⁶ Imam Ghozali, *Partial Least Square (PLS) Konsep, Teknik Dan Aplikasi* (Semarang: Penerbit Yoga Pratama, 2023).

2. Jadwal Penelitian

Alokasi waktu yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Periode										
		Sep 2025	Okt 2025	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026	Mar 2026	Apr 2026	Mei 2026	Jun 2026	Jul 2026
1.	Pengajuan Judul											
2.	SK Judul											
3.	Penyusunan Proposal											
4.	Seminar Proposal											
5.	Penyusunan Hasil											
6.	Seminar Hasil											
7.	Sidang Skripsi											

Sumber: Data diolah penulis, (2025)