

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Desain Penelitian

Metode penelitian ialah suatu teknik yang dapat membantu mendapatkan struktur untuk bagaimana penelitian akan dilakukan. Menurut (Sugiyono, 2013) metode penelitian ialah cara ilmiah untuk menemukan data valid yang kemudian dikembangkan dan dibuktikan sehingga dapat digunakan untuk memahami serta memecahkan masalah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dampak dari kepercayaan pada *Influencer* media sosial pada proses pengambilan keputusan ke Hotel dimana peneliti ingin mengeksplorasi hubungan langsung dan tidak langsung antara kepercayaan konsumen kepada *Influencer* media sosial kepada langkah keputusan perjalanan yakni pada tahap evaluasi alternatif dan keputusan pembelian. Dilihat dari penjelasan diatas dapat dilihat terdapat tiga variabel dengan Kepercayaan *Influencer* media sosial sebagai variabel independen (X) serta evaluasi alternatif dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif, menurut (Malhotra & Birks, 2006) mengatakan bahwa metode ini adalah metodologi penelitian yang berupaya menguantifikasi data menggunakan analisis statistik tertentu. Peneliti juga menggunakan teknik analisis SEM dengan menggunakan Smart PLS 4.0 pada bagian teknik analisis datanya.

3.1.2 Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2012) operasional variabel adalah segala hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari melalui segala bentuk agar diperoleh informasi tentang hal yang diinginkan, lalu ditarik kesimpulannya. Berikut pada tabel 3.1 terdapat penjelasan mengenai operasional variabel.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kepercayaan Influencer Media Sosial (Pop et al, 2021)		<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Influencer</i> media sosial dapat dipercaya 2. <i>Influencer</i> media sosial dapat diandalkan 3. <i>Influencer</i> media sosial jujur dalam menyampaikan informasi 4. Saya mempercayai informasi yang diberikan oleh <i>influencer</i> yang saya ikuti. 5. Informasi yang diberikan oleh <i>Influencer</i> media sosial dapat lebih dipercaya dibandingkan dengan media massa. 6. Informasi yang diberikan oleh <i>Influencer</i> media sosial dapat lebih dipercaya dibandingkan dengan <i>travel agent</i>. 7. Informasi yang diberikan oleh <i>Influencer</i> media sosial dapat lebih dipercaya dibandingkan dengan situs resmi hotel. 	Ordinal
2	Proses Pengambilan Keputusan (Pop et al, 2021)	Evaluating alternative	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemungkinan besar saya akan mempertimbangkan pengalaman <i>influencer</i> media sosial ketika membuat keputusan perjalanan saya. 2. Ketika saya harus membuat keputusan yang berhubungan dengan perjalanan ke hotel, saya akan menerima saran dari para digital <i>influncer</i>. 	Ordinal
		Purchase Decision	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan akhir yang berkaitan dengan pemesanan kamar hotel atau produk hotel karena <i>influencer</i> media sosial 2. Mengubah rencana perjalanan karena adanya <i>influencer</i> media sosial 	Ordinal

Sumber : Olahan Peneliti (2023)

3.2 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yang terbagi menjadi data primer dan juga data sekunder. Adapun berikut penjelasan mengenai kedua jenis data tersebut.

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui berbagai teknik pengumpulan data yang tersedia, seperti wawancara atau penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui jawaban responden yang dihimpun melalui kuesioner yang telah disebarluaskan melalui teknik *snowball sampling* dengan menggunakan platform media sosial dan *google form* sebagai alat bantu penyebaran kuesioner.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut melalui *literature review* pada buku, jurnal, media sosial, website dan sumber informasi yang relevan dengan penelitian ini ataupun melalui hasil data olahan primer yang lebih lanjut.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

1. Observasi

Observasi ialah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung kepada lapangan atau kepada fenomena yang terjadi. Peneliti melakukan pengamatan pada media sosial mengenai seberapa banyak *views* serta interaksi yang dilakukan oleh para pengguna media sosial Instagram terhadap konten perhotelan yang di buat oleh para *influencer*.

2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan melalui perangkat tertulis atau media

online kepada responden. Tujuan dari penyebaran kuisisioner ini adalah untuk memperoleh data secara langsung dengan keunggulannya yang dapat disebarluaskan melalui platform media sosial tanpa harus memerlukan kehadiran para responden. Penyebaran kuisisioner ini disebarluaskan melalui platform media sosial instagram peneliti dan juga disebarluaskan secara langsung kepada rekan kerja di Intercontinental Hotel Bandung serta kepada kerabat serta keluarga yang masuk kedalam kriteria yang diperlukan.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa atau juga objek atau subjek yang ingin diteliti oleh peneliti (Sekaran, 2011). Disebut juga dengan wilayah secara umum yang berisi objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti dan akan dibuat kesimpulan (Sugiyono, 2018). Menentukan populasi merupakan salah satu tahapan utama dan yang pertama kali dilakukan untuk mengumpulkan serta menganalisis data. Target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengguna media sosial instagram generasi milenial kota Bandung yang pernah mengunjungi hotel dalam kurun waktu satu hingga dua tahun ke belakang dan pernah melihat konten mengenai *review* hotel atau sejenisnya dan mengikuti *influencer* pada media sosial instagram. Menurut data pada Badan Pusat Statistik (BPS) Bandung dan Disdukcapil Kota Bandung pada tahun 2021 dikatakan bahwa 51% dari jumlah penduduk di kota Bandung termasuk kedalam generasi milenial dan generasi Z dengan jumlah total penduduk sebagai berikut :

Tabel 3.2 Data Penduduk Kota Bandung

Jenis Kelamin	Banyak Penduduk
Laki-laki	1.269.294 jiwa
Perempuan	1.261.154 jiwa
Jumlah	2.530.448 Jiwa

Sumber : Disdukcapil Kota Bandung (2021)

3.4.2 Sampel

Shidqi Najmi Athallah, 2023

PENGARUH KEPERCAYAAN KEPADA INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN HOTEL PADA GENERASI MILENIAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sampel pada penelitian ini disesuaikan dengan metode analisis yang digunakan yaitu SEM atau *Structural Equation Model* dengan menggunakan Smart PLS 4.0. Pada metode ini, jumlah sampel yang digunakan membutuhkan minimal 5 kali jumlah variabel indikator yang tersedia (Ferdinand, 2014). Dimana pada penelitian ini terdapat 11 indikator sehingga dibutuhkan minimal 65 sampel. Namun dalam pengujian Chi Square model SEM ini sangatlah sensitif dalam penentuan jumlah sampel, sehingga pada penelitian ini akan mengacu pada kriteria yang diusulkan oleh (Hair et al., 2010) yaitu dengan teknik *Maximum Likelihood Estimation* (MLE). Diperkirakan menurut MLE jumlah yang diperlukan untuk sampel ini adalah 100 hingga 200 sampel. Oleh karena itu peneliti menentukan untuk mendapatkan 200 sampel yang sudah terqualifikasi dari persyaratan yang diperlukan agar mendapatkan hasil data yang memuaskan.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik penentuan dalam pengambilan sampel yang akan digunakan pada penelitian, tersedia berbagai macam teknik sampling yang dapat digunakan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Pada penelitian ini teknik *Non Probability Sampling* digunakan. Berdasarkan jenis teknik ini maka peneliti akan menggunakan metode *snowball sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016), teknik pengambilan sampel ini dilakukan dengan menentukan subjek dalam lingkup kecil terdahulu yang kemudian subjek tersebut diminta untuk memilih teman atau rekan yang terqualifikasi agar jumlah sampel semakin banyak. Penggunaan teknik *snowball sampling* ini dilakukan ketika sulit untuk mengidentifikasi populasi yang diinginkan secara ketat (Saunders et al., 2009). Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* dengan memfokuskan penyebaran kuesioner kepada beberapa subjek utama yang peneliti percaya akan pengalaman dan keahlian subjek terhadap penelitian ini. Teknik ini peneliti gunakan karena sulitnya mengidentifikasi seberapa banyak pengguna media sosial instagram yang mengikuti akun *influencer travel* yang termasuk kedalam generasi milenial domisili kota Bandung.

3.5 Instrumen Penelitian

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner. Dimana kuisisioner tersebut berisikan beberapa pertanyaan terkait penelitian yang dilakukan. Penyebaran kuisisioner dibantu oleh penggunaan platform google form sehingga mempermudah peneliti untuk membuat kuisisioner. Kuisisioner disebarakan kepada generasi milenial di kota Bandung yang pernah mengunjungi hotel dalam kurun waktu kurang lebih 1 hingga 2 tahun ke belakang serta mempunyai akun media sosial Instagram dan pernah melihat konten mengenai *review* perhotelan. Kuisisioner terdiri dari pertanyaan terbuka yaitu identitas diri responden, pertanyaan mengenai persyaratan kualifikasi sampel, dan juga pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan indikator penelitian. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan melalui akun media sosial Instagram peneliti melalui salah satu fitur nya yaitu *story* agar peneliti hanya dapat menyebarkannya kepada pengikut dari akun media sosial instagram peneliti. Selain itu peneliti juga memilih beberapa subjek yang peneliti percaya untuk menjadi partisipan awal yang akan memperluas jangkauan partisipan penelitian dan memperoleh variasi dalam pengalaman partisipan.

Pertanyaan dalam kuisisioner akan diukur dengan menggunakan skala likert sebagai pilihan responden saat mengisi kuisisioner terhadap pertanyaan yang ada dalam kuisisioner. Skor yang diberikan mempunyai gradasi dari sangat negatif hingga sangat positif, yang dapat dikatakan sebagai berikut :

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Keterangan	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Olahan peneliti, 2023

Sebelum kuisisioner disebarakan kepada seluruh responden, pengujian instrumen dilakukan dengan melakukan dua jenis pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut:

Shidqi Najmi Athallah, 2023

PENGARUH KEPERCAYAAN KEPADA INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN HOTEL PADA GENERASI MILENIAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.5.1 Uji Validitas

Pengujian uji validitas ini dilakukan untuk mengungkap apakah instrumen dapat mengukur variabel penelitian serta untuk mendapatkan informasi apakah variabel yang diteliti dapat memberikan data yang valid dan bisa diandalkan untuk membuat kesimpulan yang tidak keliru. Penentuan uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi Pearson Product Moment

n = Jumlah sampel

$\sum x$ = Jumlah nilai variabel X

$\sum y$ = Jumlah nilai variabel Y

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat variabel X

$\sum y_i^2$ = Jumlah kuadrat variabel Y

Penilaian uji validitas ini dikatakan valid apabila nilai positif dan r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Sedangkan apabila nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel maka item pertanyaan dikatakan tidak valid. Dalam menentukan nilai r tabel dilakukan perhitungan degree of freedom (df)=N-2 dengan nilai N adalah jumlah data yang dimasukkan. Pengujian validasi ini menggunakan 30 responden dengan tingkatakan signifikansi sebesar 5% atau 0,05 maka menghasilkan nilai r tabel sebesar 0.361. Berikut merupakan hasil pengujian uji validitas menggunakan program SPSS versi 26 :

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepercayaan <i>Influencer</i> Media Sosial	X1.1	0.760	0.361	Valid
	X1.2	0.881	0.361	Valid
	X1.3	0.809	0.361	Valid
	X1.4	0.868	0.361	Valid
	X1.5	0.855	0.361	Valid
	X1.6	0.878	0.361	Valid
	X1.7	0.770	0.361	Valid
Proses pengambilan keputusan	Y1.1	0.810	0.361	Valid
	Y1.2	0.864	0.361	Valid
	Y2.1	0.939	0.361	Valid
	Y2.2	0.939	0.361	Valid

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pengujian **Tabel 3.4** untuk 7 indikator dari variabel kepercayaan *Influencer* Media Sosial diketahui nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel dan dapat dikatakan bahwa seluruh indikator dari variabel ini dikatakan valid. Sedangkan untuk variabel Proses pengambilan keputusan memiliki 4 indikator dengan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini dinyatakan valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas dilakukan, uji reliabilitas menjadi tahapan selanjutnya karena uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil dari data yang diperoleh. Uji reliabilitas ini juga digunakan untuk mengukur apabila alat pengukur digunakan lebih dari dua kali maka hasilnya akan konsisten. Pengujian ini dilakukan dengan cara menguji coba instrumen dan dianalisis menggunakan formula *Alpha Cronbach*. Pada penelitian ini uji reliabilitas dibantu dengan menggunakan program SPSS dimana instrumen akan dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.70. Rumus yang dapat digunakan pada *cronbach alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{2-1} \right) \left(1 - \frac{(\sum ab^2)}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah variansi butir

σb^2 = Variansi total

Untuk mencari jumlah variansi butir tiap pertanyaan maka dijumlahkan dengan rumus sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σ^2 = Varians

$\sum x^2$ = Jumlah Skor total

N = Jumlah Responden

Berikut hasil dari pengujian reliabilitas menggunakan program SPSS sebagai berikut :

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	No of item	Nilai Cronbach	Cronbach Minimal	Kesimpulan
1.	Kepercayaan <i>Influencer</i> Media Sosial (X)	7	0.922	0.70	Reliabel
2.	Proses pengambilan keputusan (Y)	4	0.909	0.70	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan **Tabel 3.5** dapat dilihat hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan *Influencer* Media Sosial(X) dan variabel Proses

Shidqi Najmi Athallah, 2023

PENGARUH KEPERCAYAAN KEPADA INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN HOTEL PADA GENERASI MILENIAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pengambilan keputusan dikatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* yang didapatkan lebih besar dari 0.70. Dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan ialah reliabel dan jawaban yang diberikan oleh responden dapat dipercaya.

3.5.3 Uji Hipotesis

Sebelum melakukan penelitian diperlukan dugaan atau hipotesis sementara dari permasalahan yang ada. Kriteria dari pengambilan hipotesis yang akan dilakukan adalah:

1. Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Selain itu uji hipotesis ini dilihat dari sisi lain yaitu dengan melihat signifikansi atau *P value* yang lebih besar berarti :

1. Jika *P value* lebih besar dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika *P value* lebih kecil dari 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah satu teknik analisis yang dapat digunakan dalam menjawab rumusan masalah dalam sebuah penelitian. Analisis deskriptif ini dilakukan untuk menggambarkan hasil data yang diperoleh untuk dideskripsikan agar mudah dipahami untuk diambil kesimpulan. Analisis ini juga dilakukan untuk menggeneralisasikan secara luas hasil data yang telah ditemukan. Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mengemukakan profil dari para responden serta beberapa pertanyaan awal mengenai informasi yang dimiliki oleh responden terhadap *Influencer* Media Sosial serta digunakan untuk memecahkan rumusan masalah pertama untuk mengetahui bagaimana persepsi responden mengenai variabel kepercayaan terhadap *influencer* media sosial serta Proses pengambilan keputusan.

Pada rancangan analisis deskriptif ini, jawaban dari responden penelitian ini peneliti saji dengan uraian pada tabel deskriptif frekuensi dengan frekuensi yang didapatkan oleh rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Presentase

F = Frekuensi Kelas

n = Jumlah Sampel

Sedangkan analisis deskriptif untuk melihat hasil dari kepercayaan *influencer* media sosial dan Proses pengambilan keputusan dilihat berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) dari setiap item indikator pertanyaan. Kategori kelas yang disesuaikan berdasarkan tanggapan dari responden tersaji pada tabel 3.6.

Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi Kategori Skor Tanggapan Responden

No	Kelas	Kategori
1	1.00 – 1.80	Sangat Rendah
2	1.81 – 2.60	Rendah
3	2.61 – 3.40	Sedang
4	3.41 – 4.20	Tinggi
5	4.21 – 5.00	Sangat Tinggi

Sumber : Narimawati, (2008)

Analisis deskriptif ini sangatlah penting digunakan untuk mengetahui karakteristik dari para responden yang telah didapatkan. Responden dari penelitian ini melibatkan 200 orang yang termasuk kedalam generasi milenial kota Bandung. Analisis responden ini dilihat berdasarkan kelompok jenis kelamin, rentang usia, tempat tinggal/domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan, serta rata-rata penghasilan sehingga peneliti dapat mengetahui berbagai macam karakteristik responden dalam penelitian ini. Dan juga analisis deskriptif disini sangatlah diperlukan untuk mendapatkan gambaran mengenai variabel pada penelitian ini.

3.6.2 Analisis SEM-PLS

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis SEM-PLS (*Partial Least Square*) untuk menguji masing masing hipotesis dengan menggunakan software SmartPLS 4.0 yang dapat di unduh secara gratis melalui website smartpls.com. *Structural Equation Model* (SEM) adalah kajian statistik yang bisa digunakan untuk menguji sebuah rangkaian yang relatif sulit terukur secara bersamaan, sedangkan untuk PLS ialah model persamaan struktural (SEM) dengan metode analisis yang kuat dan disebut juga dengan *soft modelling* karena menghapuskan regresi. Menurut Wold, pengembangan penggunaan PLS ini digunakan untuk menguji teori yang lemah dengan data jumlah sampel yang sulit atau kecil atau ada masalah pada normalitas data (Wold, 1982). SEM adalah teknik analisis multivariat yang menggabungkan kombinasi antara analisis faktor dan juga analisis korelasi untuk mengukur hubungan antar variabel yang terdapat pada model baik antara indikator dengan konstraknya atau hubungan antar konstruk. Menurut (Alfa, 2017), alasan dari penggunaan teknik analisis SEM ini adalah memiliki kemampuan dalam mengestimasi hubungan antar variabel yang dibentuk dalam model struktural bersifat *multiple Relationship*, selain itu SEM juga dapat menggambarkan pola hubungan antar konstruk laten dengan variabel indikator. Dalam menggunakan teknik PLS ini terdapat dua tahap yang dilakukan yaitu tahap pertama ialah dengan melakukan uji *measurement model*, dimana uji ini melibatkan uji validitas dan reliabilitas konstruk dari setiap indikator yang tersedia. Tahap kedua yaitu melakukan uji *structural model* untuk mendapatkan pengaruh atau tidak antara korelasi dari para konstruk yang diukur menggunakan uji t pada PLS itu sendiri.

3.6.3 Measurement Model atau Outer Model

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari setiap konstruk indikator yang terdapat pada penelitian ini. *Measurement model* ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*.

3.6.3.1 Uji Validitas *Convergent* (Konvergen)

Uji validitas *convergent* ini mengkorelasikan skor dari setiap item dengan *construct score* yang akan menghasilkan nilai *loading factor*. Proses pengujian *Convergent Validity* atau validitas konvergen dikatakan valid apabila nilai dari *Loading Factor* atau *Outer Loading* setiap indikator lebih dari 0,70, namun untuk penelitian tahap awal dari pengembangan, nilai *outer loading* 0,50 atau 0,60 dapat dikatakan cukup (Chin, 1998). Selain dilihat dari nilai *outer loading*, faktor *Average Variance Extracted* (AVE) juga menjadi salah satu uji yang harus dilakukan, dimana nilai AVE yang harus dipenuhi ialah melebihi 0,50.

3.6.3.2 Uji Validitas *Discriminant* (Diskriminan)

Discriminant Validity atau validitas diskriminan adalah sejauh mana suatu konstruk berbeda dengan konstruk yang lainnya atau unik. Validitas ini digunakan untuk menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada variabel penyusun lebih baik dari yang lainnya. Pengukuran ini dinilai berdasarkan pengukuran *cross loading* konstruk memiliki nilai lebih dari 0.60, selain itu korelasi konstruk pokok pada pengukuran masing masing indikator lebih besar dari ukurang konstruk lainnya yang dapat dilihat dari arah diagonal dan vertikal masing masing kolom variabel.

Selain dari itu pengujian uji validitas diskriminan juga dinilai dari nilai *Fornell-Lekker Criterion* atau disebut juga dengan \sqrt{AVE} . Untuk pengujian ini nilai \sqrt{AVE} dari variabel harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.

3.6.3.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah uji yang menyatakan seberapa besar hasil atau pengukuran ini dapat dipercaya dan diandalkan dengan hasil pengukuran yang relatif konsisten setelah dilakukan beberapa kali pengukuran. Uji reliabilitas ini dapat diukur dengan melihat nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Hasil pengujian uji reliabilitas ini dapat dikatakan berhasil atau konsisten jika nilai dari *Composite Reliability* bernilai lebih besar dari 0.70 serta menurut Malhotra

tahun 1996 item pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alpha lebih besar dari 0.6.

3.6.4 Structural Model atau Inner Model

Structural model dilakukan untuk melihat hubungan konstruk yang diukur yaitu uji t dengan *partial least square*. Untuk mengevaluasi kecocokan model struktural ini, dilakukan pengujian *Goodness of Fit* dengan memperhatikan nilai R^2 , F^2 , dan Q^2 , serta menghitung nilai indeks *Goodness of Fit* itu sendiri. Penggunaan dari uji kecocokan model menggunakan *goodness of fit index* (GoF) menggambarkan kecocokan antara keseluruhan model baik *outer model* ataupun *inner model*. Nilai model penelitian GoF dibangun untuk mengukur tingkat kecocokan model dan untuk menemukan perbedaan antara nilai yang diobservasi dengan nilai yang diasumsikan pada model penelitian (Tenenhaus et al., 2004). Berikut terdapat rumus serta ukuran nilai dari GoF *index*.

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

Kategori Nilai :

- a. 0,00 – 0,24 kategori kecil
- b. 0,25 – 0,37 kategori sedang
- c. 0,38 – 1,00 kategori besar

Nilai R^2 pada uji GoF berfungsi untuk mengukur kualitas model atau *goodness of fit* model serta berfungsi sebagai koefisien determinasi (KD) yang menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Chin mengatakan (dalam Ghazali et al., 2015), kriteria nilai R^2 terdiri sebagai berikut :

- a. 0.67 kuat
- b. 0.33 moderat
- c. 0.19 lemah

Nilai F^2 berperan untuk menggambarkan seberapa besar pengaruh dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen pada *structural model*. Kriteria penilaian F^2 menurut (Henseler et al., 2009) terdiri sebagai berikut :

- a. $F\ square \geq 0.02$ dan ≤ 0.15 termasuk dalam kategori pengaruh lemah

Shidqi Najmi Athallah, 2023

PENGARUH KEPERCAYAAN KEPADA INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN HOTEL PADA GENERASI MILENIAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- b. $F \text{ square} \geq 0.15$ dan ≤ 0.35 termasuk dalam kategori pengaruh moderat
- c. $F \text{ square} > 0.35$ artinya berpengaruh besar

Nilai Q^2 digunakan untuk mengevaluasi seberapa akurat model konstruk dalam melakukan prediksi. Jika nilai Q^2 melebihi 0,05, dapat dianggap bahwa model konstruk sudah relevan, dan dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen yang digunakan untuk memprediksi variabel endogen telah sesuai dengan baik.

3.6.5 Uji Hipotesis *Boostrapping*

Langkah selanjutnya yaitu dengan mengestimasi koefisien jalur dalam model struktural dengan prosedur *boostrapping* dengan ketentuan nilai yang dianggap signifikan jika nilai t statistik lebih besar dari 1.96 (signifikansi 5%) atau lebih besar dari 1.29 dengan tingkat signifikansi 10%. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil uji hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti. Penentuan penerimaan atau penolakan hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) H_a diterima dan H_0 ditolak jika nilai t-statistik $> 1,96$. Untuk penolakan atau penerimaan hipotesis berdasarkan probabilitas, H_a diterima jika nilai $p < 0.05$ (Hussein, 2015).
- 2) Nilai path coefficient memiliki rentang standar antara -1 dan +1. Nilai path coefficient yang mendekati +1 mengindikasikan hubungan yang positif (Hair et al., 2014).