

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian digunakan sebagai sasaran ilmiah untuk mendapatkan data yang memiliki kegunaan dan tujuan tertentu mengenai hal-hal secara objektif, valid, dan reliabel terhadap suatu hal atau variabel (Sugiyono, 2013). Objek dalam penelitian ini adalah *Content Marketing* dengan label “tasya farasya *Approved*”, serta *Purchase Decision* pengguna produk *Emina Glossy Stain* melalui *Influencer Credibility* Tasya Farasya. Objek tersebut yang peneliti pilih dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil observasi, produk bibir menjadi produk teratas yang paling sering digunakan oleh wanita di Indonesia.
2. *Brand* Emina menjadi produk kosmetik kedua terfavorit di tahun 2022, dan produk Lip Tint Emina (*Emina Glossy Stain*) menjadi produk terlaris pada perusahaan Emina (Compas.co.id, 2022). namun di tahun 2023 mengalami penurunan penjualan.
3. Produk *Emina Glossy Stain* merupakan produk yang digunakan oleh peneliti sejak tahun 2021.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan**

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013). Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah *Content Marketing* (X), terhadap *Purchase Decision* (Y), melalui *Influencer Credibility* (Z).

##### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel merupakan batasan dan data pengukuran variabel-variabel yang akan diteliti (Ulfa, 2021). Operasionalisasi variabel digunakan untuk menentukan jenis serta indikator variabel dalam penelitian serta membantu menentukan skala pengukuran untuk setiap variabel sehingga alat bantu yang digunakan dalam pengujian hipotesis dapat digunakan dengan lebih tepat. Adapun penjelasan mengenai operasionalisasi variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1

## Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Content Marketing</i> (X) Label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”	<i>Reader Cognition (CMI)</i>	Tingkat efektivitas interaksi pada konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”	<i>Likert</i>
		Tingkat efektivitas visualisasi pada konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”	
		Tingkat efektivitas konsep konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”	
		Tingkat efektivitas konsep konten Produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” untuk diingat.	
<i>Content Marketing</i> didefinisikan sebagai strategi komunikasi yang berfokus pada perencanaan, pembuatan, dan pendistribusian konten yang menarik dan informatif untuk menarik audiens target dan mengubah mereka menjadi pelanggan (Putra, 2023).	<i>Sharing Motivation (CM2)</i>	Tingkat efektivitas penjelasan detail produk melalui konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”.	<i>Likert</i>
		Tingkat efektivitas penjelasan keunggulan produk melalui konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”	
		Tingkat efektivitas konten pdouk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” dalam memberikan edukasi.	
		Tingkat nilai konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” bagi kehidupan sehari-hari.	

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
merupakan konten promosi yang dilakukan oleh <i>influencer</i> bernama Tasya Farasya untuk melakukan review produk Emina <i>Glossy Stain</i> .		Tingkat efektivitas konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” dalam memenuhi ekspektasi.	
		Tingkat efektivitas konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” dalam memenuhi kebutuhan pencarian produk lipint Emina	
		Tingkat informatif penjelasan produk Emina <i>Glossy Stain</i> melalui konten dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”	
		Tingkat kesesuaian informasi produk Emina <i>Glossy Stain</i> melalui konten Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”.	
		Tingkat efektivitas penggunaan nama Tasya Farasya pada konten Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”	
		Tingkat efektivitas pengemasan konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”	
		<i>Persuasion</i> (CM3)	Tingkat kepercayaan isi konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”
	Tingkat efektivitas isi konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” untuk menampilkan produk yang sebenarnya.		

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		Tingkat efektivitas konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” dalam menghibur.	
		Tingkat pengaruh konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” terhadap kehidupan.	
		Tingkat kesesuaian konten Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” dengan produk yang dikenalkan	
	<i>Decision Making (CM4)</i>	Tingkat efektivitas konten Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” untuk mendorong mencari informasi produk.	
		Tingkat efektivitas konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” untuk mendorong pembelian produk.	
		Tingkat efektivitas konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” dalam menjangkau target pasar.	
	<i>Factors (CM5)</i>	Tingkat efektivitas konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” dalam memenuhi kebutuhan pemilihan produk	
		Tingkat kesesuaian konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” dengan kode etik yang berlaku.	

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		Tingkat keaslian konten produk Emina <i>Glossy Stain</i> dengan label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ”.	
<i>Influencer Credibility (Zv)</i>	<i>Trustworthiness</i>	Tingkat kejujuran Tasya Farasya dalam memberikan review pada produk Emina <i>Glossy Stain</i> .	
<i>Influencer Credibility</i>	(K11)	Tingkat efektivitas review Tasya Farasya dalam memudahkan pemilihan produk Emina <i>Glossy Stain</i>	
merupakan bentuk untuk menyiratkan karakteristik positif komunikator yang mempengaruhi penerima informasi (Kusuma & Nugroho, 2021)	<i>Expertise (KI2)</i>	Tingkat pemahaman Tasya Farasya terhadap produk Emina <i>Glossy Stain</i>	
		Tingkat keahlian Tasya Farasya dalam menggunakan produk Emina <i>Glossy Stain</i> .	
		Tingkat keahlian Tasya Farasya dalam melakukan review produk Emina <i>Glossy Stain</i> .	
	<i>Attractiveness (KI3)</i>	Tingkat efektivitas penggunaan produk Emina <i>Glossy Stain</i> terhadap rutinitas Tasya Farasya	
		Tingkat efektivitas cara bicara Tasya Farasya saat melakukan review produk Emina <i>Glossy Stain</i> .	
		Tingkat efektivitas penampilan Tasya Farasya saat melakukan review Emina <i>Glossy Stain</i> .	
<i>Purchase Decision (Y)</i> merupakan proses yang	Pilihan Produk (KP1)	Tingkat efektivitas label “Tasya Farasya <i>Approved</i> ” pada produk Emina <i>Glossy Stain</i> untuk pemilihan produk	

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
dilakukan konsumen untuk membentuk preferensi merek yang paling disukai.	Pilihan Merek (KP2)	Tingkat efektivitas merek Emina <i>Glossy Stain</i> dalam pemilihan produk	
	Pilihan Penyalur (KP3)	Tingkat efektivitas penyalur produk Emina <i>Glossy Stain</i> secara offline atau online	
	Waktu Pembelian (KP4)	Tingkat efektivitas waktu pembelian produk Emina <i>Glossy Stain</i>	
	Jumlah Pembelian (KP5)	Tingkat jumlah pembelian produk Emina <i>Glossy Stain</i>	
	Metode Pembayaran (KP6)	Tingkat kemudahan metode pembayaran pembelian produk Emina <i>Glossy Stain</i>	

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.2.3.1 Jenis data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang dapat mendeskripsikan angka-angka untuk menunjukkan besaran nilai terhadap variabel. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk skala numerik atau angka dan populasinya disebut dengan populasi kuantitatif (Sujalu dkk., 2021).

#### 3.2.3.2 Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber dari objek penelitian secara langsung, dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada pengguna produk Emina *Glossy Stain*.

#### 3.2.3.3 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersumber bukan dari objek penelitian secara langsung, melainkan dari sumber yang menjadi informasi pendukung, pada penelitian ini data sekunder bersumber dari: buku, penelitian terdahulu, jurnal, skripsi, dan internet.

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan mendapatkan Kesimpulan (Sugiyono, 2013). Gravetter dan Wallnau dalam (Suriani dkk., 2023) mendefinisikan populasi sebagai *the set of all individuals of interest in particular study*, yang menunjukkan bahwa populasi merupakan seluruh individu yang hendak diteliti. Pemilihan populasi berdasarkan hasil observasi pada *marketplace* Emina Official Store menyebutkan bahwa lebih dari 10.000 produk Emina *Glossy Stain* telah terjual per 11 Juni 2024. Maka, populasi pada penelitian ini diambil pada pengguna produk Emina *Glossy Stain* dengan jumlah populasi tidak diketahui.

#### 3.2.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013). Sampel penelitian perlu memenuhi karakteristik populasi untuk meminimalkan kesalahan dan mencapai tujuan penelitian (Hair et al., 2020). Sampel harus mencerminkan populasi, dalam artian bahwa sampel harus dapat memberikan kesimpulan atas populasi. Pengambilan sampel pada penelitian diperlukan untuk mempertimbangkan waktu dan jumlah populasi. Pada penelitian ini dengan keterbatasan waktu serta biaya penelitian dan jumlah populasi yang cukup besar, maka pengambilan sampel perlu dibatasi. Berdasarkan hal tersebut, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *probability sampling* karena dapat memberikan gambaran setiap anggota populasi kesempatan yang diketahui untuk dipilih, sehingga memungkinkan hasil yang lebih representative dan memungkinkan generalisasi ke populasi yang lebih luas. Pengambilan sampel penelitian menggunakan *simple random sampling* karena populasi yang diketahui (pengguna Emina *Glossy Stain*).

Pada penelitian ini, pengambilan sampel diarahkan kepada pengguna *liptint* Emina *Glossy Stain* sekaligus menjadi konsumen yang pernah melihat konten produk tersebut dengan label “Tasya Farasya *Approved*”. Pengambilan sampel pada penelitian ini merujuk pada pernyataan Hair dikarenakan jumlah ukuran populasi

tidak dapat diketahui secara pasti. Hair dkk., (2020) menyatakan bahwa jika ukuran sampel terlalu besar diduga akan sulit untuk mendapatkan ukuran *goodness of fit* yang baik, sehingga disarankan untuk ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Pengukuran penarikan sampel menurut Hair dkk., (2020) dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{(Jumlah Indikator + Jumlah Variabel Laten) x (5 hingga 10 Kali)}$$

Berdasarkan pedoman diatas, maka jumlah sampel maksimal pada penelitian ini adalah

$$\text{Sampel Maksimal} = (14 + 3) \times 10 = 170$$

Hair dkk., (2020) menjelaskan bahwa ukuran sampel yang baik adalah berkisar pada jumlah 100 – 200 responden agar dapat menggunakan estimasi interpretasi menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Maka, jumlah sampel pada penelitian ini adalah **170 responden** yang dipilih berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

- a) Rentang Usia diatas 17 tahun,
- b) Mengetahui brand Emina
- c) Mengetahui produk Emina *Glossy Stain*
- d) Pernah membeli atau menggunakan produk Emina *Glossy Stain*
- e) Pernah melihat konten Emina *Glossy Stain* dengan label Tasya Farasya *Approved*

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016) dari segi metode atau pengumpulan data, teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner. Teknik pengumpulan data kuesioner adalah teknik yang melibatkan penyajian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, data kuesioner diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang telah disebarkan kepada sampel yang merupakan pengguna produk Emina *Glossy Stain*. Sedangkan alat ukur yang digunakan pada penelitian ini adalah skala interval yang digunakan untuk mengukur hasil dari kuesioner dengan 5 alternatif yang dimiliki pada setiap pertanyaan dan bobot jawabannya. Nilai dari skala *likert* dengan 5 alternatif jawaban dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Salma Salsabila Lestari, 2024

*ANALISIS INFLUENCER CREDIBILITY DALAM MEMEDIASI PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP PURCHASE DECISION PRODUK EMINA*

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

Tabel 3.2.  
Alat Ukur Penelitian

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

### 3.2.6 Uji Instrumen

Uji instrumen penelitian menggunakan *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Uji instrumen pre-test dilakukan menggunakan sampel 30 responden. Pengujian ini bertujuan untuk perbaikan kuesioner beserta pernyataan-pernyataan indikatornya. Pre-test atau uji instrumen penelitian menggunakan software Smart-PLS versi 3.2.9.

#### 3.2.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat signifikansi korelasi pada setiap indikator dalam konstruk dengan skor konstruk (total indikator). Ghazali (2021) menjelaskan perbedaan pengujian uji validitas pada instrumen adalah adanya penggunaan *confirmatory factor analysis* (CFA).

#### 3.2.6.2 Uji Reliabilitas

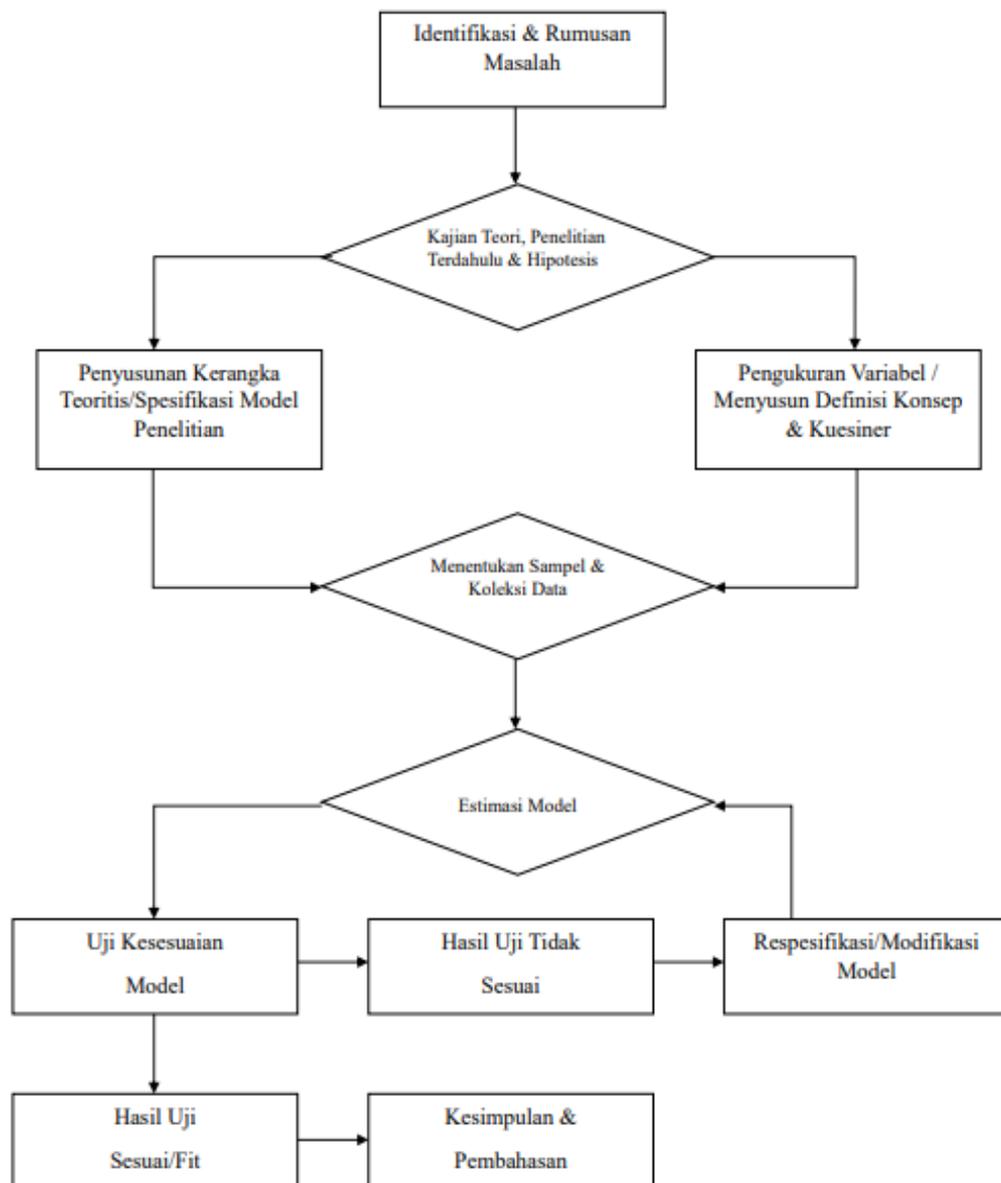
Uji reliabilitas untuk tahap uji instrumen adalah dengan memperhatikan nilai *cronbach's alpha* dimana ketentuan instrumen dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0.60 (Ghozali, 2021).

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM) – PLS (Partial Least Square)* dengan menggunakan Software *SmartPLS*. Teknik Analisa data dengan menggunakan SEM digunakan untuk menganalisis pendekatan faktor (*factor analysis*), model struktural (*Struktural Model*) dan analisis jalur (*path analysis*). SEM memungkinkan dilakukannya analisis di antara beberapa variabel dependen dan independen secara langsung (J. F. Hair dkk., 2021). Secara umum, langkah-langkah penggunaan analisis SEM digambarkan pada gambar 3.1. Teknik analisis data SEM dilakukan untuk

menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian, teknik ini akan memeriksa dan membenarkan suatu model. Petimbangan penggunaan teknik analisis SEM-PLS adalah karena SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel yang bersifat *multiple relationship*. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zeng dkk., (2021) yang menemukan bahwa alasan para peneliti 136 artikel yang menggunakan teknik analisis SEM-PLS adalah karena model penelitian yang kompleks. *Partial Least Square (PLS)* merupakan teknik analisis SEM yang berbasis komponen dengan sifat variabel formatif. Penggunaan teknik PLS dimaksudkan untuk mengatasi keterbatasan analisis regresi ketika karakteristik dari data mengalami masalah, seperti adanya *missing value*, ukuran data kecil, bentuk sebaran data tidak normal dan adanya gejala multikolinearitas.

PLS-SEM digunakan dengan tujuan untuk memaksimalkan penjelasan variabel atau nilai  $R^2$  dari semua peubah laten endogen yang ada dalam diagram jalur. Ukuran yang menunjukkan kemampuan prediktif model yang diajukan adalah fokus evaluasi model pengukuran dan model struktural. Reliabilitas konvergen, validitas determinan, dan reliabilitas gabungan atau konsistensi internal adalah ukuran yang paling penting untuk model pengukuran. Sedangkan untuk model struktural, ukuran yang penting adalah koefisien jalur dan Tingkat signifikansinya, nilai *explained variance*  $R^2$  (Santosa, 2018).



Gambar 3. 1 Langkah - langkah analisis SEM

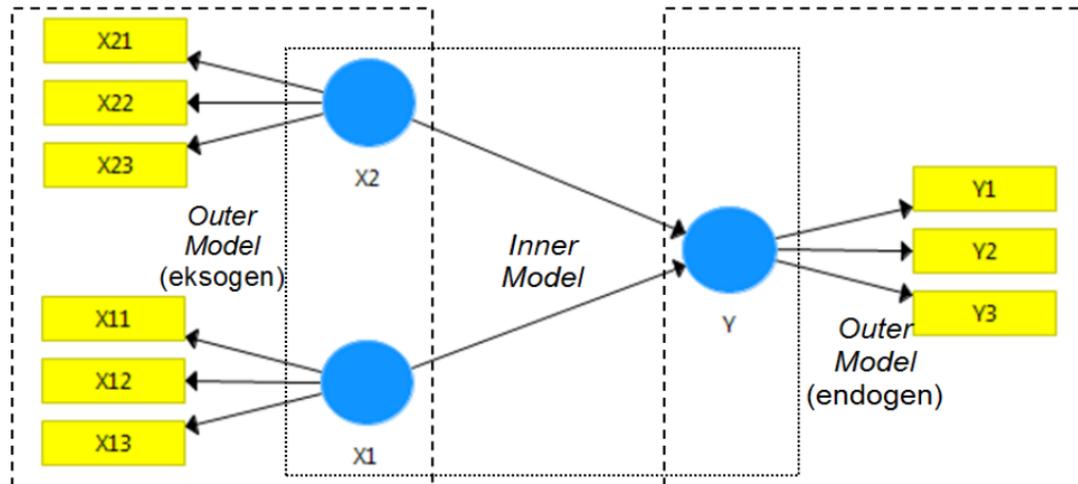
### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016) analisis data menggunakan statistis deskriptif diartikan bahwa dalam melakukan analisis, data disajikan dalam bentuk deskripsi dan digambarkan tanpa bertujuan untuk menyimpulkan maupun mengeneralisasikannya. Analisis data deskriptif bertujuan untuk menjawab

pertanyaan-pertanyaan yang telah dijelaskan pada Bab 1. Pada penelitian ini, analisis data deskriptif mencakup karakteristik para responden.

### 3.2.7.2 Analisis dengan pendekatan SEM-PLS

Menurut Sarwono *and* Narimawati (2015) model *struktural* dalam PLS-SEM dikenal dengan model bagian luar (*outer model*) dan model bagian dalam (*inner model*) yang secara umum dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3. 2 Model struktural PLS-SEM Sarwono dan Narimawati

#### a. Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Model pengukuran atau *Outer Model* menggambarkan hubungan antara setiap indikator dengan variabel latennya atau dapat dikatakan bahwa *outer model* akan mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Outer model* digunakan untuk melihat terpenuhi tidaknya persyaratan reliabilitas dan validitas data yang diperoleh sebelum digunakan untuk tahap analisis selanjutnya. *Outer model* dapat dinilai melalui *loading factor*, *discriminant validity*, dan *composite reliability* dari suatu konstruk. *Composite reliability* lebih tepat digunakan untuk mengukur konsistensi internal dalam SEM dibandingkan dengan *cronbach's alpha* karena *composite reliability* tidak mengasumsikan kesamaan boot di antara indikator-indikatornya. Analisis *outer model* ini dapat dilihat dari beberapa tahap, diantaranya:

- (1) *Individual Indicator Reliability*, diuji menggunakan SmartPLS dengan cara melihat nilai dari *standardized outer loading*. Pengujian *Individual indicator reliability* dilakukan untuk melihat besaran korelasi pada setiap indikator terhadap konstraknya. Haryono (2016) menjelaskan bahwa penilaian *individual indicator reliability* dilihat dari beberapa kriteria, yaitu apabila nilai *loading factor* lebih dari 0,7 maka dapat dinyatakan valid (Ghozali, 2021). Namun dalam riset tahap skala pengembangan, nilai *loading factor* sebesar 0,5 dan 0,6 masih dapat diterima (Ghozali, 2021).
- (2) *Internal Consistency Reliability*, diuji menggunakan SmartPLS dengan cara melihat nilai *Composite Reliability* (CR). Pengujian ini dilihat apabila nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 maka tingkat reliabilitas dapat diterima, dan nilai lebih besar dari 0,8 memuaskan (Haryono, 2016). Pengukuran *composite reliability* dapat diukur menggunakan rumus berikut :

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + (\sum \epsilon_i)}$$

Keterangan :

$\lambda$  : Merepresentasikan *standardized loading factor*.

$i$  : Jumlah indikator.

$\epsilon$  : Tingkat kesalahan (*error*).

- (3) *Average Variance Extracted*, menggambarkan besarnya varian atau keragaman variabel manifes yang dapat dimiliki oleh konstruk laten. Haryono (2016) merekomendasikan penggunaan AVE untuk suatu kriteria dalam menilai *convergent validity*. Nilai *average variance extracted* (AVE) minimal 0,5 menunjukkan ukuran *convergent validity* baik. Artinya, variabel laten dapat menjelaskan rata-rata dari setengah varian dari indikator-indikatornya (Haryono, 2016). Formula *Average Variance Extracted* adalah sebagai berikut:

$$\frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \epsilon_i}$$

Keterangan :

$\lambda$  : Merepresentasikan *standardized loading factor*.

$i$  : Jumlah indikator.

$\varepsilon$  : Tingkat kesalahan (*error*).

- (4) *Discriminant Validity*, merupakan tahapan pengujian untuk mengukur sejauh mana suatu konstruk berbeda dari konstruk lainnya (Haryono, 2016). *Discriminant Validity* diukur dengan dua metode, yang pertama yaitu evaluasi *cross loading* menggunakan perbandingan nilai *outer loading* pada suatu indikator variabel dengan indikator variabel lainnya. Metode kedua yaitu uji validitas diskriminan antar variabel (*Fornell-Larcker*) dengan membandingkan nilai akar AVE melalui korelasi antara konstraknya. *Discriminant validity* dianggap memenuhi syarat jika hasil pengujian model menunjukkan bahwa nilai akar AVE untuk setiap variabel > nilai korelasi antar variabel.

b. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau *Inner Model* digunakan untuk mengukur hubungan kausalitas diantara variabel laten yang disusun dengan didasari substansi teori. Tahapan *inner model* menurut Haryono (2016) diantaranya yaitu: mengukur kekuatan hubungan antar konstruk dengan *Path Coefficient* ( $\beta$ ), evaluasi nilai  $R^2$ , *t-test* menggunakan metode *bootstrapping*, *effect size* (F2), validasi model menggunakan  $Q^2$  (*predictive relevance*), dan *relative impact* ( $q^2$ ).

- (1) Nilai dan Signifikansi Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) diukur untuk melihat adanya pengaruh dari setiap variabel konstruk. Signifikansi *path coefficient* dilihat pada *t-test* atau *critical ratio* yang diperoleh dari proses *bootstrapping* atau *resampling method*. Terkait dengan Tingkat relevansi relasi yang signifikan, bahwa nilai koefisien jalur dapat dinyatakan kuat jika nilainya >0,35, sedang jika nilainya > 0,15, dan lemah jika nilainya >0.02 (J. Hair dkk., 2014)

Selain pengaruh langsung juga dilihat dari pengaruh tidak langsung yaitu variabel eksogen ke variabel endogen yang direalisasikan melalui variabel mediasi. Ukuran pengaruh dilihat melalui kriteria jika nilai *P-values* < 0,05 maka signifikan, artinya variabel mediator memediasi pengaruh suatu variabel

eksogen terhadap suatu variabel endogen, dengan kata lain pengaruhnya disebut tidak langsung. Sedangkan jika nilai  $P\text{-values} > 0,5$  maka tidak terjadi mediasi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan kata lain pengaruhnya adalah langsung (Juliandi, 2018).

- (2) *T-test* atau T-Statistik diuji untuk mengetahui kemampuan dari suatu indikator dalam mengukur variabel laten yang diuji (Haryono, 2016). Suatu indikator dianggap signifikan dan diterima jika nilai *t-hitung* atau *t-test* lebih besar dari 1,967. Pengujian ini dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$T_{\text{Statistik}} = \frac{b_j}{s(b_j)}$$

Keterangan:

$b_j$ : Menyatakan nilai taksiran untuk  $\beta_j$

$Sb_j$ : Menyatakan error untuk  $b_j$

- (3) *Coefficient of Determinant* ( $R^2$ ) diuji untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Terdapat 3 klasifikasi nilai  $R^2$  menurut Haryono (2016) yaitu dinyatakan kuat ketika lebih besar dari 0,67, model struktural moderat ketika nilai  $R^2 > 0,33$ , dan dinyatakan lemah ketika nilai  $R^2 > 0,19$ . *Coefficient of Determinant* dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$r^2 = 1 - \frac{\sum(y - \hat{y})^2}{\sum(y - \bar{y})^2}$$

- (4) *Effect Size* ( $f^2$ ) diuji untuk memperhitungkan seberapa besar pengaruh dari variabel tertentu pada variabel lainnya. *Effect Size*  $f^2$  yang disarankan adalah dengan variabel laten eksogen dengan nilai 0,02 memiliki pengaruh kecil, 0.15 memiliki pengaruh moderat, dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural (Haryono, 2016). Formulasi *effect size*  $f^2$  adalah sebagai berikut:

$$\text{Effect Size } f^2 = \frac{R^2 \text{ Included} - R^2 \text{ Excluded}}{1 - R^2 \text{ Included}}$$

- (5) *Predictive Relevance* ( $Q^2$ ) dan *Relative impact* ( $q^2$ ) diuji untuk mengukur validasi model terhadap kemampuan prediksi model (Haryono, 2016). Menurut

Sarwono dan Narimawati (2015) Nilai  $Q^2 > 0$  menunjukkan bukti bahwa nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dengan demikian model mempunyai relevansi prediktif. Sedangkan nilai  $Q^2 < 0$  menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif. Formulasi *predictive relevance* adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2V1) \times (1 - R^2V2) \times (1 - R^2V3)$$

Keterangan :

$R^2V1$  = Nilai *Coefficient of Determinant* variabel 1

$R^2V2$  = Nilai *Coefficient of Determinant* variabel 2

$R^2V3$  = Nilai *Coefficient of Determinant* variabel 3

*Relative Impact* ( $q^2$ ) diuji untuk melihat pengaruh relative model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel tergantung laten (variabel laten endogenous) (Sarwono & Narimawati, 2015). Pengujian *relative impact* diuji dengan menggunakan metode *blindfolding* pada *tools* SmartPLS untuk dapat mengukur pengaruh sebuah keterkaitan antara prediktif sebuah variabel tertentu dengan variabel lainnya yang memiliki ambang batas sebesar 0.02 untuk pengaruh kecil, 0.15 untuk pengaruh sedang, dan 0.35 untuk pengaruh besar (J. F. Hair et al., 2021). Dalam kaitannya dengan  $f^2$ , dampak relative model struktural terhadap pengukuran variabel dependen laten dapat dinilai dengan formulasi:

$$q^2 = \frac{Q^2 \text{ Included} - Q^2 \text{ Excluded}}{1 - Q^2 \text{ Included}}$$