

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini melibatkan penggunaan variabel laten eksogen dan endogen. Variabel laten eksogen mengacu pada variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam konteks penelitian ini, Persepsi Kontrol Perilaku (KP), Tingkat Harga (TH), dan Tingkat Promosi (TP) adalah contoh variabel laten eksogen yang digunakan. Variabel laten eksogen dapat memiliki pengaruh terhadap variabel laten endogen. Minat Nasabah tabungan haji untuk menggunakan pembiayaan cicil emas (MN) adalah contoh variabel laten endogen yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, religiositas (R) juga digunakan sebagai variabel moderator.

Subjek penelitian ini adalah nasabah tabungan haji PT Bank Syariah Indonesia di provinsi Jawa Barat khususnya pada wilayah Bandung Raya yang belum menggunakan layanan pembiayaan cicil emas. Provinsi Jawa Barat ini dipilih, karena memiliki jumlah *waiting list* jamaah haji urutan terbesar ke – 3 di Indonesia sebanyak 806.066 orang (Siskohat, 2023). Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui platform *Google Form* melalui media sosial. Penulis juga mengunjungi beberapa kantor cabang Bank Syariah Indonesia dan Kantor Kementerian Agama yang berada di Kota Bandung dan Cimahi guna mendapatkan data secara langsung.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan metode kuantitatif sebagai pendekatan utama. Pendekatan kuantitatif adalah metode ilmiah yang menekankan dalam mengkaji fenomena yang dapat diukur dalam bentuk angka atau bilangan, yang kemudian dapat diproses dan dianalisis menggunakan teknik statistik atau model matematis untuk menentukan kebenaran teori prediktif (Sekaran dan Bougie, 2017; Ismayani, 2019). Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dikarenakan menggunakan jenis penelitian survei pada pengambilan beberapa sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data. Pertanyaan pada kuesioner dirancang secara terstruktur dengan kategorisasi menggunakan angka atau bilangan.

3.3 Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausalitas. Penelitian deskriptif digunakan untuk mengumpulkan data yang menjelaskan atau mengumpulkan informasi tentang objek seperti orang, organisasi, produk, peristiwa dan keadaan (Sekaran dan Bougie, 2017). Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis situasi manusia atau organisasi (Darwin dkk, 2021). Penelitian deskriptif ini dapat menjelaskan hubungan antara beberapa variabel yang ada dalam penelitian ini dan desain penelitian deskriptif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah point 1. Adapun variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi, dengan religiositas sebagai variabel moderator terhadap minat nasabah tabungan haji untuk menggunakan cicil emas.

Penelitian kausalitas menjelaskan hubungan *cause-and-effect* dalam sebuah fenomena yang dijelaskan antar variabel penelitian (Sekaran dan Bougie, 2013). Dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan atau pengaruh variabel persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi dengan religiositas sebagai variabel moderator terhadap minat nasabah tabungan haji untuk menggunakan cicil emas. Selain itu juga, penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengambil sampel dari populasi engan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dipaparkan definisi operasional, dalam penelitian ini merupakan langkah untuk menjelaskan lebih jelas tentang bagaimana setiap variabel akan diukur atau didefinisikan dalam pengukuran konsep yang akan diteliti. Masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian, yaitu persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi, religiositas dan minat nasabah dalam menggunakan cicil emas.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

No.	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala
1	Minat (Y) adalah faktor pendorong yang timbul dari dalam diri	a. <i>Attention</i> (Kotler dan Keller, 2016).	Tingkat perhatian akan produk pembiayaan cicil	Interval

	konsumen untuk membeli/memiliki suatu produk yang dibutuhkan berdasarkan hasil evaluasi (Aditama, 2020).		emas yang kemudian berujung pada minat	
		b. <i>Interest</i> (Kotler dan Keller, 2016).	Tingkat ketertarikan keinginan memahami lebih dalam informasi akan produk pembiayaan cicil emas	
		c. <i>Desire</i> (Kotler dan Keller, 2016).	Tingkat keinginan atau minat lebih kuat untuk mengajukan pembiayaan cicil emas karena kebutuhan investasi	
		d. Referensial (Ferdinand, 2014).	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan produk pembiayaan cicil emas kepada orang lain	
2	Persepsi Kontrol Perilaku (X1) adalah keyakinan individu mengenai ada atau tidaknya faktor yang mendukung atau menghambat individu untuk melakukan suatu perilaku (Eriyani and Wiyono 2017).	a. Kontrol Keyakinan (<i>control beliefs</i>) (Simanihuruk (2020).	Tingkat seseorang dapat mengontrol keyakinannya dengan perasaan yakin atau tidak yakin dalam mengambil pembiayaan cicil emas.	Interval
		b. Persepsi Kekuatan Kontrol (<i>Perceived Power</i>) (Simanihuruk (2020).	Tingkat seberapa kuat pengaruh keyakinan yang mengontrol tersebut, sehingga dapat menimbulkan persepsi kemudahan maupun kesulitan	

			untuk mengambil pembiayaan cicil emas.	
3	Tingkat Harga (X2) kemampuan yang dimiliki seseorang dalam menilai suatu produk atau jasa untuk dapat membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan (Stanton, 2012).	<p>a. Keterjangkauan Harga (Kotler dan Armstrong, 2018).</p> <hr/> <p>b. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk (Kotler dan Armstrong, 2018).</p> <hr/> <p>c. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat (Kotler dan Armstrong, 2018).</p> <hr/> <p>d. Daya Saing Harga (Rangkuti, 2018).</p>	<p>Tingkat kemampuan nasabah untuk melakukan pembiayaan cicil emas</p> <hr/> <p>Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk yang didapatkan nasabah pada pembiayaan cicil emas</p> <hr/> <p>Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat produk yang diterima nasabah pada pembiayaan cicil emas</p> <hr/> <p>Tingkat daya saing harga produk pembiayaan cicil emas dibandingkan pembiayaan lainnya baik di tempat yang sama maupun berbeda</p>	Interval
4	Tingkat Promosi (X3) adalah upaya untuk mengiklankan atau menawarkan produk atau layanan dengan tujuan membujuk calon pelanggan untuk membeli atau mengkonsumsi (Zebua, 2018).	<p>a. Periklanan Produk (Alma, 2016).</p> <hr/> <p>b. Penjualan Personal (Alma, 2016).</p> <hr/> <p>c. Kualitas Penyampaian Pesan</p>	<p>Kelengkapan informasi yang disampaikan untuk menarik minat kepada nasabah.</p> <hr/> <p>Tingkat komunikasi karyawan dalam menjelaskan informasi produk kepada nasabah.</p> <hr/> <p>Tingkat kualitas pesan yang disampaikan untuk</p>	Interval

		(Amalia dan Rahma, 2022).	bisa ditangkap oleh nasabah.	
		d. Waktu Promosi (Amalia dan Rahma, 2022).	Tingkat waktu promosi yang diperlukan untuk nasabah dalam memahami produk.	
5	Religiositas (Z) adalah ketakwaan seseorang kepada tuntunan kepercayaan yang dianutnya, dan ketika individu tersebut memahami dan menginternalisasikan setiap tuntunan kepercayaannya, maka tuntunan agama mempengaruhi seluruh perilaku dan cara pandangnya dalam kehidupan (Ghufron dan Risnawati, 2010).	a. <i>Recommended Acts</i> (Olufadi & Yunusa, 2017).	Tingkat tindakan positif yang direkomendasikan oleh Allah Swt dan sangat dianjurkan oleh Nabi Muhammad Saw.	Interval
		b. <i>Engaging in Bodily worship of God</i> (Olufadi & Yunusa, 2017).	Tingkat praktik yang telah dialami dan dipelajari individu terkait keagamaan dalam melakukan ibadah kepada Tuhan	
		c. <i>Sinful Acts</i> (Olufadi & Yunusa, 2017).	Tingkat tindakan negatif yang dilarang oleh agama yang dapat menimbulkan dosa bagi individu yang melakukannya	
		d. <i>Religious Experience</i> (Purnomo dan Suryadi, 2017)	Tingkat pengalaman keagamaan dalam melakukan ibadah atau lainnya.	

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Sekaran dan Bougie (2017) mendefinisikan populasi sebagai kumpulan keseluruhan individu, peristiwa, fenomena yang ingin diteliti oleh peneliti. Populasi merujuk pada kumpulan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti dan menjadi fokus dari penelitian yang akan dilakukan (Darwin et al., 2021). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah nasabah tabungan haji Bank Syariah Indonesia di wilayah Bandung Raya yang belum pernah menggunakan produk cicil emas BSI.

Dian Oktaviani, 2024

MINAT NASABAH TABUNGAN HAJI BSI DALAM BERINVESTASI MELALUI CICIL EMAS DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATOR

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

3.5.2 Sampel

Karakteristik pada populasi yang akurat digambarkan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang sesuai dengan aturan tertentu (Darwin et al., 2021). Sampel ini terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Maka dari itu, tidak semua elemen pada populasi menjadi sampel penelitian hanya beberapa saja yang diambil. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* yang berarti setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Kemudian jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah pengambilan sampel terbatas pada jenis tertentu yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan yang diharapkan, karena hanya mereka yang memilikinya atau karena memenuhi kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2017).

Berikut adalah kriteria responden yang diperlukan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Nasabah Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di wilayah Bandung Raya (Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kota Bandung, Kota Cimahi dan Kabupaten Sumedang).
2. Nasabah Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia yang belum maupun yang berminat untuk mengajukan pembiayaan cicil emas.
3. Nasabah Tabungan Haji berusia 21-50 Tahun.
4. Mengetahui produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia.

Adapun dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui atau tidak dapat diperkirakan secara tepat jumlahnya. Menurut Hair dkk. (2014) para peneliti pada umumnya melakukan analisis faktor tidak kurang dari 50 sampel, dan sebaiknya ukuran sampel digunakan yaitu 100 atau lebih. Ukuran sampel yang lebih dapat diterima jumlah indikatornya memiliki perbandingan 10:1 yaitu 10 pengamatan per variabel atau indikator yang akan dianalisis. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang mengacu pada Barclay, Higgins, & Thompson dalam Hair dkk. (2017) yaitu minimum sampel yang sebaiknya dipakai adalah 5-10 kali dari jumlah seluruh indikator dari variabel.

Dengan menggunakan rumus tersebut, peneliti menghitung jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini:

$$N = \text{Jumlah Indikator} \times 10$$

$$N = 18 \times 10$$

$$N = 180$$

Keterangan: N= Jumlah Sampel

Menurut perhitungan tersebut, maka dalam penelitian ini ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah 180 responden. Sehingga responden pada penelitian ini minimal 180 nasabah yang memiliki rekening tabungan haji Bank Syariah Indonesia.

3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam sebuah penelitian (Purwanto, 2018). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuisisioner ini berisi sejumlah pertanyaan yang mencakup informasi karakteristik responden dan pertanyaan untuk setiap variabel yang telah dirancang sebelumnya. Hal itu dapat menjangkau banyak responden dan memberikan banyak informasi yang berguna untuk penelitian sehingga kuesioner sering digunakan dalam penelitian (Suryadi dkk., 2019).

Pengukuran dari instrumen yang dikembangkan dengan menggunakan skala *semantic differential*. Skala *semantic differential* digunakan untuk menilai sikap responden terhadap suatu merek, iklan, objek, atau orang tertentu. Skala ini dirancang untuk mengukur sikap dalam bentuk pilihan ganda atau *checklist*, tetapi disusun dalam kontinum dimana nilai yang sangat negatif berada di sebelah kiri, sedangkan nilai yang sangat positif berada di sebelah kanan yang dimana skala ini menunjukkan situasi yang berlawanan. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) *semantic differential* digunakan dengan tujuan untuk mengukur sifat-sifat semantic dari kata atau konsep secara objektif dalam ruang semantic tiga dimensi dan menyediakan skala sikap yang memfokuskan pada aspek afektif atau dimensi evaluatif. Adapun pengukuran skala interval dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Skala Pengukuran Semantic Differential

No	Pertanyaan Kiri	Rentang Jawaban							Pertanyaan Kanan
1	Sangat Buruk	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Baik
2	Lemah	1	2	3	4	5	6	7	Kuat
3	Pasif	1	2	3	4	5	6	7	Aktif
4	Sangat Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Tinggi

Sumber: Sekaran dan Bougie (2017)

Dalam penelitian ini, setiap ujung yang memiliki pernyataan berlawanan akan dipisahkan oleh sebuah garis kontinum dengan 7 angka yang diurutkan dari kiri ke kanan. Variabel yang ada dalam instrument penelitian ini diantaranya persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi dan religiositas. Selanjutnya adalah mengkategorikan setiap variabel penelitian sebelum menganalisis data lebih lanjut.

3.6.2 Teknik Analisis Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber tertentu. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket/Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan suatu penelitian kepada responden. Angket akan disebarakan kepada responden yaitu nasabah tabungan haji BSI yang belum maupun berminat untuk mengajukan pembiayaan cicil emas BSI dengan jumlah sampel penelitian minimal 190 responden. Kuesioner didistribusikan menggunakan *google form* melalui berbagai platform media sosial seperti *Whatsapp*, *Line*, *Facebook*, *Instagram*. Selain itu, penulis mendatangi beberapa kantor cabang Bank Syariah Indonesia di Kota Bandung dan Cimahi untuk meminta bantuan penyebaran kuesioner.
2. Studi kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data yang melibatkan adanya analisis literatur yang bersumber pada jurnal, buku, laporan, situs, web dan literatur lainnya yang sesuai dengan topik yang sedang dipelajari dalam penelitian ini.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dapat dilihat sebagai tindakan penyederhanaan data ke dalam format yang lebih sederhana untuk dipahami dan digunakan. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama, sedangkan analisis SEM-PLS digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua hingga kedelapan.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk memberikan gambaran empiris atas suatu data yang sudah terkumpul dalam penelitian (Ferdinand, 2014). Berikut prosedur dan tahapan yang dilakukan untuk mengelola data pada penelitian ini:

1. Proses *Editing* (Pemeriksaan)

Tahap ini dilakukan untuk mengevaluasi atau memeriksa kembali dari data hasil jawaban yang telah diberikan oleh responden untuk memastikan bahwa jawaban tersebut telah diisi secara lengkap dan jelas.

2. *Coding* (Proses Pemberian Identitas)

Sesudah tahapan editing selesai, tahap selanjutnya adalah mengelompokkan data melalui tahapan *coding*. Data tersebut diberikan identitas berupa kode angka atau numerik dan jawaban-jawaban tersebut akan dikelompokkan ke dalam kategori-kategori yang telah ditentukan.

3. *Scoring* (Proses Pemberian Angka)

Scoring adalah pemberian skor pada setiap pilihan item yang dipilih oleh responden dari pertanyaan yang terdapat di kuesioner. Mencantumkan skor dengan menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala *likert* dengan bobor yang disesuaikan dengan kategori jawaban kuesioner.

4. Proses *Tabulating*

Proses transfer data yang dilakukan untuk mengubah data dari instrumen pengumpulan data menjadi data berbentuk tabel sehingga dapat ditinjau secara sistematis. Tujuannya untuk menggali wawasan dan pola yang

terkandung dalam data serta menghasilkan sebuah informasi yang dapat digunakan untuk mengambil suatu keputusan atau kesimpulan dalam penelitian.

Langkah selanjutnya adalah mengategorikan dari setiap variabel sebelum melanjutkan analisis data untuk menjawab hipotesis yang telah dirancang sebelumnya. Metode yang digunakan untuk mengategorikan variabel sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Skala Pengukuran Kategori

Skala	Kategori
$X > (\mu + 1,5\sigma)$	Sangat Tinggi
$(\mu + 0,5\sigma) < X \leq (\mu + 1,5\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 0,5\sigma) < X \leq (\mu + 0,5\sigma)$	Sedang
$(\mu - 1,5\sigma) < X \leq (\mu - 0,5\sigma)$	Rendah
$X \leq (\mu - 1,5\sigma)$	Sangat Rendah

Sumber : (Azwar, 2006)

Keterangan :

X = Skor Empiris

μ = Rata- Rata Teoritis (skor min + skor maks/2)

σ = Simpangan Baku Teoritis (skor maks – skor min/6)

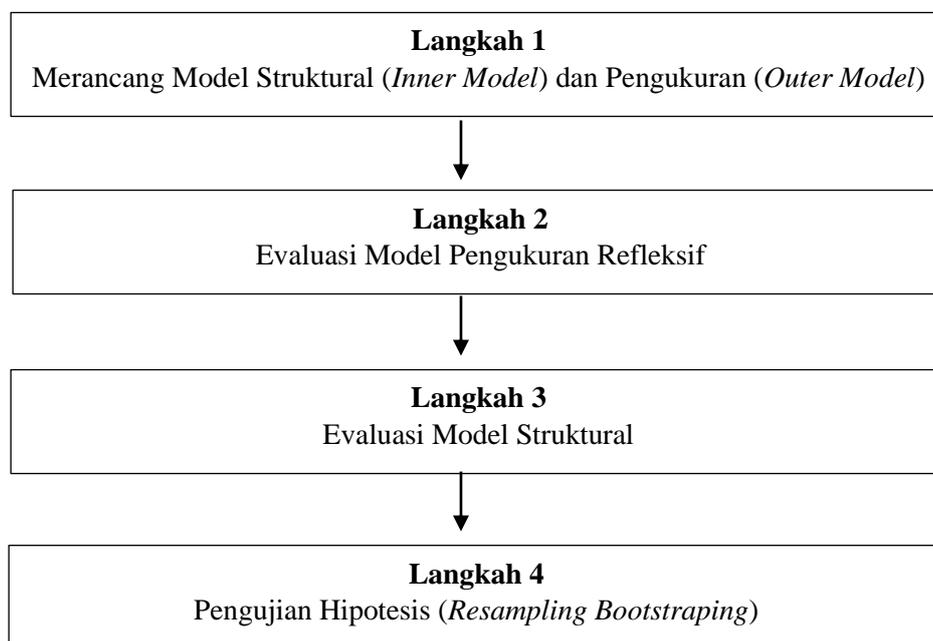
3.7.2 Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Setelah proses pengumpulan data selesai, langkah berikutnya adalah melakukan analisis data. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling- Partial Least Square (SEM-PLS). Tujuan dari analisis data ini untuk menemukan informasi yang bermanfaat dan membuktikan kebenaran dan mengambil kesimpulan yang mendukung hipotesis yang diajukan. Tahapan selanjutnya adalah mengolah data penelitian setelah mendapatkan tanggapan dari responden. Dalam analisis SEM-PLS memiliki asumsi data tidak harus berdistribusi normal sehingga dapat menggunakan indikator dengan skala kategori, ordinal, interval, atau rasio pada model yang serupa dan sampel digunakan juga tidak harus besar (Hamidiana dkk., 2016). Selain itu, pendekatan ini juga ditujukan untuk memaparkan ada atau tidaknya keberhasilan model kausalitas dan hubungan antar variabel laten dan indikator yang digunakan pun dapat berbentuk

refleksif maupun formatif sehingga memberikan estimasi yang akurat, bahkan dengan sampel yang relatif kecil.

Kelebihan lain dari SEM-PLS yaitu dapat menghindarkan dua masalah serius yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy* (Ghozali, 2014). Dalam kasus kompleksitas tinggi dan sedikit dukungan teoritis, PLS berusaha untuk mengantisipasi dampak variabel independen terhadap variabel dependen dan menjelaskan hubungan teoritis antara dua variabel (*casual-predictive*) (Abdillah dan Hartono, 2014). Karena penelitian ini bertujuan untuk menguji teori, maka teknik analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS. Selain itu, teknik SEM-PLS dapat memberikan pemahaman yang lebih spesifik mengenai pengaruh masing-masing indikator pada sebuah variabel yang dimana hal tersebut sulit dicapai apabila dengan teknik analisis data lainnya.

Pengujian model structural PLS ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS 3.3.9 for windows*. Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan dalam menganalisis data menggunakan metode PLS sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Tahap Pengujian PLS-SEM
Sumber: Ghozali (2014)

Secara rinci, langkah dan tahapan analisis data menggunakan metode PLS-SEM adalah sebagai berikut (Syahrir dkk., 2020):

1. Merancang model struktural (*inner model*) dan pengukuran (*outer model*)

Inner Model dikenal juga sebagai *structural model*, *inner relation*, dan *substantive theory* yang memiliki peran untuk memprediksi hubungan antara variabel laten berdasarkan teori substantif. Model persamaan dari inner model adalah sebagai berikut:

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

Keterangan:

η = Vektor variabel laten endogen (dependen)

ξ = Vektor variabel laten eksogen (independen)

ζ = Vektor variabel residu (varians yang tidak dapat dijelaskan)

Pada dasarnya PLS ini merancang sebuah model *recursive*, maka hubungan antar variabel laten, maka hubungan antar variabel laten dependen \mathcal{D} , atau sering disebut dengan system rangkaian kausal (*causal chain system*), dapat dispesifikasikan dengan cara berikut:

$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_b \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

Keterangan:

γ_{jb} = koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen (η) dengan eksogen (ξ)

β_{ji} = koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen (η) dengan endogen (η)

i dan b = indeks range sepanjang i dan b

j = jumlah variabel laten endogen

ζ_j = tingkat kesalahan pengukuran (*inner residual variable*)

Dalam penelitian ini, variabel laten eksogen dalam model adalah persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi dan tingkat religiositas. Sementara variabel laten/kontruk endogen yang digunakan untuk mendukung penelitian ini tingkat minat nasabah tabungan haji.

Tahap berikutnya setelah menetapkan variabel laten sebagai salah satu bagian dari inner model, yaitu merancang *outer model*. *Outer relation* atau *measurement model* adalah model yang menunjukkan bagaimana hubungan blok indikator dengan variabel latennya. Dalam penelitian ini, blok indikator yang digunakan adalah blok indikator reflektif yang dijelaskan dengan persamaan berikut:

$$x = A_x \xi + \varepsilon_x$$

$$y = A_y \eta + \varepsilon_y$$

Keterangan:

x = indikator untuk variabel laten eksogen (ξ)

y = indikator untuk variabel laten endogen (η)

A_x = matriks loading faktor variabel laten eksogen

A_y = matriks loading faktor variabel laten endogen (menggambarkan regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya)

ε_x = kesalahan pengukuran atau noise untuk variabel manifest (indikator) untuk variabel laten endogen

ε_y = kesalahan pengukuran atau noise untuk variabel manifest (indikator) untuk variabel laten eksogen

2. Evaluasi Model Pengukuran Refleksi (*Outer Model*)

Model evaluasi dalam PLS berdasarkan pada pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non-parametrik. Hal ini dikarenakan di dalam PLS tidak ada asumsi distribusi tertentu yang dibutuhkan untuk mengestimasi parameter, sehingga uji signifikansi parameter tidak perlu dilakukan. Model pengukuran menggunakan indikator reflektif dievaluasi dengan *convergent validity* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composite reliability* untuk blok indikator. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* atau pengukuran yang digunakan untuk menganalisis validitas, reliabilitas, serta dapat melihat tingkat prediktabilitas setiap indikator terhadap variabel laten. Adapun aturan evaluasi model pengukuran reflektif ditunjukkan dalam beberapa aspek berikut:

- a. *Convergent Validity*, yaitu pengukuran model dengan indikator reflektif yang dinilai berdasarkan korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk yang dihitung dengan metode *Partial Least Squares* (PLS). Selain itu *convergent validity* yaitu alat yang digunakan mengukur validitas reflektif sebagai pengukuran variabel yang dapat dilihat dari nilai *outer loading* dan nilai AVE. Pengukuran reflektif tersebut dapat dikatakan tinggi apabila nilainya lebih dari 0,70 yang ingin diukur dengan konstruk. Namun, menurut

Chin (dalam Ghozali, 2014) untuk penelitian tahap awal nilai *loading* 0,5 – 0,6 dianggap cukup baik.

- b. *Dicriminant Validity*, yaitu digunakan untuk memastikan setiap indikator memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan variabel latennya dibandingkan variabel lain. Uji ini melibatkan adanya *crossloading* pengukuran dengan konstruk atau dengan kata lain mengevaluasi seberapa baik konstruk laten dapat diprediksi oleh blok indikator. Untuk menilai baik atau tidaknya prediksi variabel laten terhadap blok indikatornya, perlu diperhatikan nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) setiap variabel laten. Apabila dilihat nilai *crossloading* > 0,70 atau nilai akar AVE masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan variabel lain, maka *dicriminant validity* dapat terpenuhi (Hair dkk., 2021).
 - c. *Average Variance Extracted* (AVE), yaitu digunakan untuk mengevaluasi nilai rata-rata *communality* pada setiap variabel laten dalam model reflektif. Nilai AVE diharuskan untuk di atas 0,50 yang mana nilai tersebut mengungkapkan bahwa setidaknya faktor laten mampu menjelaskan setiap indikator sebesar setengah dari *variance* (Chin dan Dibbern, 2010).
 - d. *Composite Reliability*, yaitu pengujian untuk mengukur konsistensi internal atau reliabilitas dari sebuah model pengukuran yang nilainya diharuskan lebih dari 0,70. Uji ini merupakan opsi alternatif dari *Cronbach's alpha* dan memberikan suatu hasil yang lebih akurat dalam membandingkan reliabilitas antara dua atau lebih model pengukuran (Hair dkk., 2021).
3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi ini digunakan untuk memverifikasi bahwa model struktural yang dibangun sehingga dapat diandalkan dan akurat. Uji *R-square* digunakan untuk menguji konstruk dependen, uji *Stoner-Geisser Q-square* digunakan untuk menilai relevansi prediksi, sedangkan pada uji-t dan signifikansi koefisien parameter digunakan untuk menganalisis model secara keseluruhan. Berikut ini adalah penjelasannya:

- a. Analisis *R-square* (R^2) untuk variabel laten endogen dalam model struktural, yaitu hasil masing-masing sebesar 0,67 dikategorikan menjadi substansial/besar, 0,33 dikategorikan menjadi moderat/sedang, dan 0,19

dikategorikan menjadi lemah/kecil. Analisis ini ukuran yang menjelaskan besarnya proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen.

- b. Analisis *Multicollinearity*, yaitu pengujian ada atau tidaknya multikolinearitas dalam sebuah model PLS – SEM yang dapat dilihat dari tolerance atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerance < 0.20 atau nilai VIF > 5 maka diduga terdapat multikolinieritas (Garson, 2016). Nilai VIF harus kurang dari lima, jika lebih dari lima hal ini menunjukkan adanya kolinearitas antar variabel laten.
 - c. Analisis F2 (*effect size*) yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten. Chin dikutip dalam Sholiha dan Salamah (2015) nilai F2 sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 mengindikasikan prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang lemah, moderat atau kuat pada tingkat structural.
 - d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance*, analisis ini berguna untuk mengevaluasi seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *q-square* lebih besar dari 0 (nol) memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan nilai *q-square* kurang dari nol menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Rumus untuk mencari nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2)(1 - R^2)$$
 - e. Analisis *Goodness of Fit* (GoF) atau disebut uji kesesuaian global merupakan pengujian model fit. Hal ini digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran dan struktural secara keseluruhan terhadap prediksi model yang telah dihasilkan. Diharapkan hasil estimasi parameter model data sampel memiliki kesesuaian yang memadai dengan karakteristik populasi. Artinya model yang diusulkan dapat digeneralisasikan terhadap populasi Menurut Tenenhaus dalam (Kusnendi dan Ciptagusti, 2023), kategori nilai GoF yaitu model memiliki tingkat kesesuaian yang memadai apabila nilai statistik SRMR lebih kecil dari 0.08 (Hair dkk., 2017).
4. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Tahap selanjutnya pada pengujian PLS-SEM yaitu melakukan uji statistik atau uji-t dengan menganalisis pada hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dan t tabel. Hipotesis diterima jika t hitung melebihi t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Selain itu, untuk melihat uji hipotesis dalam PLS – SEM dapat dilihat dari nilai *p-value*, jika nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, dan begitu pun sebaliknya. Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta \leq 0$, artinya variabel persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

$H_a : \beta > 0$, artinya variabel persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

b. Hipotesis Kedua

$H_0 : \beta \leq 0$, artinya variabel tingkat harga tidak berpengaruh terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

$H_a : \beta > 0$, artinya variabel tingkat harga berpengaruh positif terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

c. Hipotesis Ketiga

$H_0 : \beta \leq 0$, artinya variabel tingkat promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

$H_a : \beta > 0$, artinya variabel tingkat promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

d. Hipotesis Keempat

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel religiositas tidak memoderasi pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

$H_a : \beta \neq 0$, artinya variabel religiositas memoderasi pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

e. Hipotesis Kelima

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel religiositas tidak memoderasi pengaruh tingkat harga terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

$H_a : \beta \neq 0$, artinya variabel religiositas memoderasi pengaruh tingkat harga terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

f. Hipotesis Keenam

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel religiositas tidak memoderasi pengaruh tingkat promosi terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas

$H_a : \beta \neq 0$, artinya variabel religiositas memoderasi pengaruh tingkat promosi terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas.