

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis peran literasi halal digital dan atribut destinasi halal terhadap kepercayaan dan niat berkunjung kembali wisatawan ke destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah literasi halal digital (X1) dan atribut destinasi halal (X2), sedangkan variabel endogen adalah kepercayaan (Y1) dan niat berkunjung kembali (Y2). Selain itu, kepercayaan (Y1) juga berperan sebagai variabel mediasi (M) yang menghubungkan literasi halal digital dan atribut destinasi halal dengan niat berkunjung kembali.

Data penelitian diperoleh dari responden yang merupakan wisatawan Muslim Nusantara yang mengunjungi destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode *cross-sectional*. Metode ini mengacu pada pengumpulan data pada satu titik waktu tertentu, yang dapat berlangsung selama beberapa hari, minggu, atau bulan. Dalam metode ini, data dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan cara mengamati objek penelitian pada waktu yang spesifik, tanpa melakukan pengamatan yang berkelanjutan dalam jangka waktu panjang (Hijrianti et al., 2019; Voleti, 2024).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai subjek yang diteliti dengan merinci karakteristik kelompok atau fenomena yang relevan (Holmes et al., 2024; Ramdhan, 2021). Hasil dari penelitian deskriptif biasanya berupa pola atau tipologi yang berkaitan dengan fenomena yang dianalisis. Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menganalisis kondisi berbagai variabel, seperti literasi halal digital, atribut destinasi halal, kepercayaan, dan niat berkunjung kembali .

Penelitian verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran konsep atau prinsip yang telah ada sebelumnya, baik itu dalam bentuk teori, konsep, prinsip, prosedur, atau praktik dari ilmu tersebut (Gunawan, 2022). Dalam penelitian ini, penelitian verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dan menganalisis pengaruh antara literasi halal digital dan atribut destinasi halal terhadap kepercayaan dan niat berkunjung kembali, serta menganalisis peran kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Sejalan dengan jenis penelitian di atas, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *survei explanatory*. *Survei explanatory* adalah metode penelitian yang dirancang untuk memverifikasi hipotesis dengan mengeksplorasi hubungan sebab-akibat antara variabel dalam populasi (João Gilberto Corrêa Da Silva, 2022). Metode *survei explanatory* dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan dan menguji hubungan sebab-akibat antar literasi halal digital, atribut destinasi halal, kepercayaan, dan niat berkunjung kembali wisatawan ke destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian harus didefinisikan secara operasional untuk mempermudah pengukuran dan analisis antar variabel yang masih bersifat konseptual. Dalam penelitian ini, terdapat variabel bebas (eksogen), yaitu literasi halal digital dan atribut destinasi halal, serta variabel terikat (endogen), yaitu kepercayaan dan niat mengunjungi kembali. Penjelasan lebih lanjut mengenai operasionalisasi variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran	Pernyataan	Skala
Literasi Halal Digital (X1)	Kemampuan individu untuk memahami, mengenali, mencari, dan memanfaatkan informasi tentang kehalalan suatu produk atau layanan digital. (Abror et al., 2024; Gaffar et al., 2024; Supryadi et al., 2023).			
	Pengetahuan tentang destinasi pariwisata halal (X1.1)	Tingkat pengetahuan individu mengenai destinasi pariwisata halal	Saya mengetahui destinasi pariwisata halal	Interval (1-5)

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Pengukuran	Pernyataan	Skala
	Memahami konsep halal untuk menentukan mana yang halal dan haram (X1.2)	Tingkat pemahaman individu mengenai konsep halal dalam menentukan sesuatu yang halal dan haram	Saya memahami konsep halal untuk menentukan mana yang halal dan haram mana yang haram	Interval (1-5)
	Kesadaran tentang konsep destinasi pariwisata halal (X1.3)	Tingkat kesadaran individu terhadap konsep destinasi pariwisata halal	Saya memiliki kesadaran tentang konsep destinasi pariwisata halal	Interval (1-5)
	Pengetahuan tentang destinasi pariwisata halal dan haram (X1.4)	Tingkat pengetahuan individu mengenai destinasi pariwisata yang halal dan haram	Saya mengetahui destinasi pariwisata mana yang halal dan mana yang haram	Interval (1-5)
	Pengetahuan tentang berbagai informasi destinasi pariwisata halal (X1.5)	Tingkat pengetahuan individu tentang informasi terkait destinasi pariwisata halal	Saya mengetahui berbagai informasi tentang destinasi pariwisata halal	Interval (1-5)
	Pemahaman tentang berbagai jenis destinasi pariwisata halal (X1.6)	Tingkat pemahaman individu mengenai berbagai jenis destinasi pariwisata halal	Saya memiliki pemahaman tentang berbagai jenis destinasi pariwisata halal	Interval (1-5)
	Mengetahui media digital yang berkaitan dengan destinasi pariwisata halal (X1.7)	Tingkat pengetahuan individu mengenai media digital yang berhubungan dengan destinasi pariwisata halal	Saya memiliki pengetahuan tentang media digital yang berkaitan dengan destinasi pariwisata halal	Interval (1-5)
	Keterampilan mencari informasi tentang destinasi pariwisata halal di berbagai platform digital (X.8)	Tingkat keterampilan individu dalam mencari informasi terkait destinasi pariwisata halal di berbagai platform digital	Saya memiliki keterampilan untuk mencari berbagai informasi tentang destinasi pariwisata halal di berbagai platform digital	Interval (1-5)

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Pengukuran	Pernyataan	Skala
	Kemampuan menginterpretasikan berbagai destinasi pariwisata halal (X1.9)	Tingkat kemampuan individu dalam menginterpretasikan destinasi pariwisata halal	Saya memiliki kemampuan untuk menginterpretasikan berbagai destinasi pariwisata halal	Interval (1-5)
	Kemampuan mengevaluasi informasi tentang destinasi pariwisata halal (X1.10)	Tingkat kemampuan individu dalam mengevaluasi kegunaan informasi destinasi pariwisata halal untuk keputusan berwisata	Saya memiliki kemampuan untuk menilai apakah informasi tentang destinasi pariwisata halal berguna untuk keputusan berwisata atau tidak	Interval (1-5)
	Kemampuan menggunakan informasi dari platform digital untuk merencanakan perjalanan (X1.11)	Tingkat kemampuan individu dalam menggunakan informasi yang terdapat di platform digital untuk merencanakan perjalanan	Saya memiliki kemampuan untuk menggunakan informasi yang terdapat dalam platform digital untuk merencanakan perjalanan	Interval (1-5)
	Keinginan untuk belajar dari pengalaman dan meningkatkan literasi digital (X1.12)	Tingkat keinginan untuk belajar dari pengalaman dan meningkatkan literasi digital	Saya memiliki keinginan untuk belajar dari pengalaman dan meningkatkan literasi digital saya	Interval (1-5)
Atribut Destinasi Halal (X2)	Norma dan praktik Islami, baik yang bersifat fisik maupun <i>non</i> -fisik, yang diterapkan di destinasi pariwisata untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan pengalaman bagi wisatawan Muslim. (Abror et al., 2023; Battour et al., 2022; Gaffar et al., 2024; Han, Al-Ansi, Olya, et al., 2019; Mursid, 2023; Mursid & Anoraga, 2022).			
	Kejelasan logo halal (X2.1)	Tingkat kejelasan penampilan logo halal	Gerai/restoran makanan dan minuman halal di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat menampilkan logo halal dengan jelas	Interval (1-5)

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Pengukuran	Pernyataan	Skala
	Kebersihan makanan halal (X2.2)	Tingkat kebersihan makanan dan minuman halal	Makanan dan minuman halal yang ditawarkan di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat bersih dan higienis	Interval (1-5)
	Akreditasi sertifikasi halal (X2.3)	Tingkat akreditasi penyedia makanan dan minuman halal	Penyedia makanan dan minuman halal di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat memiliki sertifikasi halal	Interval (1-5)
	Kesesuaian desain dengan konsep halal (X.2.4)	Tingkat kesesuaian desain dan dekorasi dengan konsep halal	Desain dan dekorasi destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat sesuai dengan konsep halal	Interval (1-5)
	Kesesuaian suasana dengan konsep halal (X2.5)	Tingkat kesesuaian suasana destinasi dengan konsep halal	Suasana destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat sesuai dengan konsep halal	Interval (1-5)
	Kenyamanan lingkungan sosial (X2.6)	Tingkat kenyamanan lingkungan sosial	Lingkungan sosial di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat memberikan kenyamanan	Interval (1-5)
	Kebersihan lingkungan sosial (X2.7)	Tingkat kebersihan lingkungan sosial dari barang-barang haram	Lingkungan sosial destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat bebas dari barang-barang haram	Interval (1-5)

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Pengukuran	Pernyataan	Skala
	Keamanan lingkungan sosial (X2.8)	Tingkat keamanan lingkungan sosial di destinasi pariwisata	Lingkungan sosial di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat aman bagi wisatawan	Interval (1-5)
	Pengalaman lingkungan sosial (X2.9)	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengalaman lingkungan sosial	Secara keseluruhan, saya mendapatkan pengalaman yang baik mengenai lingkungan sosial di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Ketersediaan fasilitas halal (X2.10)	Tingkat ketersediaan fasilitas halal di destinasi pariwisata	Banyak fasilitas halal yang tersedia di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Pemisahan fasilitas berdasarkan gender (X2.11)	Tingkat pemisahan fasilitas bagi laki-laki dan perempuan di destinasi pariwisata	Fasilitas di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat dipisahkan untuk laki-laki dan perempuan	Interval (1-5)
	Ketersediaan tempat ibadah terpisah (X2.12)	Tingkat ketersediaan tempat ibadah terpisah bagi laki-laki dan wanita	Tempat ibadah yang terpisah untuk laki-laki dan wanita tersedia di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Kemudahan akses ibadah (X2.13)	Tingkat kemudahan akses menuju tempat ibadah di destinasi pariwisata	Akses ke tempat ibadah di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat mudah dijangkau	Interval (1-5)

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Pengukuran	Pernyataan	Skala
	Ketersediaan Informasi halal (X2.14)	Tingkat ketersediaan informasi halal di destinasi pariwisata	Informasi halal di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat dapat diakses secara luas	Interval (1-5)
	Pusat Informasi halal (X2.15)	Tingkat keberadaan pusat informasi pariwisata yang menyediakan informasi halal	Terdapat pusat informasi yang menyediakan informasi tentang layanan halal di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Efektivitas layanan halal (X2.16)	Tingkat efektivitas layanan halal dalam berbagai bahasa di destinasi pariwisata	Layanan halal di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat ditawarkan secara efektif dalam berbagai bahasa	Interval (1-5)
	Kesesuaian layanan dengan konsep halal (X2.17)	Tingkat kesesuaian layanan yang disediakan dengan konsep halal	Layanan halal yang ditawarkan di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat sesuai dengan konsep halal	Interval (1-5)
	Pengetahuan staf/pemandu pariwisata tentang produk dan layanan halal (X2.18)	Pemahaman staf/pemandu wisata dengan produk dan layanan halal	Staf/pemandu wisata di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat sangat memahami produk / layanan halal	Interval (1-5)
	Kemampuan staf pariwisata menawarkan produk halal (X2.19)	Tingkat kemampuan staf/pemandu wisata dalam menawarkan produk halal	Staf/pemandu wisata di destinasi unggulan Sumatera Barat memiliki pemahaman cara menawarkan produk / layanan halal kepada wisatawan	Interval (1-5)

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Pengukuran	Pernyataan	Skala
Kepercayaan (Y1)	Keyakinan wisatawan terhadap integritas, keakuratan, dan keandalan penyedia layanan pariwisata halal (Abror et al., 2023; I. Ali et al., 2023; Gaffar et al., 2024)			
	Kepercayaan pada penyedia layanan (Y1.1)	Tingkat kepercayaan wisatawan terhadap penyedia layanan wisata halal	Saya memiliki kepercayaan terhadap penyedia layanan wisata halal di destinasi unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Keyakinan pada klaim kehalalan (Y1.2)	Tingkat keyakinan bahwa penyedia layanan tidak hanya mengklaim kehalalan produknya, tetapi juga memastikan kebenarannya	Saya percaya bahwa produk dan layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa di destinasi wisata unggulan Sumatera Barat benar-benar halal	Interval (1-5)
	Kepercayaan pada informasi (Y1.3)	Tingkat kepercayaan terhadap keakuratan informasi yang diberikan oleh penyedia layanan wisata	Saya percaya bahwa informasi yang disampaikan oleh penyedia layanan di destinasi wisata halal unggulan Sumatera Barat dapat dipercaya	Interval (1-5)
	Kepercayaan pada label halal (Y1.4)	Tingkat kepercayaan pada keakuratan label halal yang dikeluarkan oleh lembaga resmi	Saya percaya dengan keakuratan label halal yang dikeluarkan oleh BPJPH dan MUI di destinasi unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Keandalan tanda halal (Y1.5)	Tingkat kepercayaan bahwa tanda halal, seperti yang dikeluarkan oleh BPJPH dan MUI, dapat diandalkan	Saya percaya bahwa tanda halal yang dikeluarkan oleh BPJPH dan MUI di destinasi unggulan Sumatera Barat dapat diandalkan	Interval (1-5)

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Pengukuran	Pernyataan	Skala
Niat Berkunjung Kembali (Y2)	Sikap positif wisatawan terhadap destinasi pariwisata yang mendorong keinginan untuk berkunjung kembali, memberikan rekomendasi, serta mengajak orang lain untuk berkunjung. (Alhothali et al., 2021; Gaffar et al., 2024; Han, Al-Ansi, Olya, et al., 2019; Mursid, 2023; Mursid & Anoraga, 2022)			
	Niat untuk kunjungan kembali (Y2.1)	Tingkat rencana wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi	Saya berencana untuk kembali mengunjungi destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Keinginan untuk kunjungan kembali (Y2.2)	Tingkat keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung	Saya ingin kembali mengunjungi destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Preferensi tujuan wisata di liburan berikutnya (Y2.3)	Tingkat preferensi wisatawan untuk memilih destinasi yang sama pada liburan berikutnya	Destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat akan menjadi pilihan saya untuk liburan berikutnya	Interval (1-5)
	Identifikasi diri dengan layanan wisata halal (Y2.4)	Tingkat identifikasi wisatawan terhadap layanan wisata halal	Saya merasa menjadi bagian dari layanan pariwisata halal unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Kepuasan menjadi bagian dari pariwisata halal (Y2.5)	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengalamannya sebagai bagian dari pariwisata halal	Saya merasa senang menjadi bagian dari pariwisata halal unggulan Sumatera Barat	Interval (1-5)
	Keinginan untuk merekomendasikan (Y2.6)	Tingkat keinginan wisatawan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain	Saya memiliki keinginan untuk merekomendasikan destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat kepada teman atau keluarga	Interval (1-5)

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Pengukuran	Pernyataan	Skala
	Keinginan untuk mengajak orang lain berkunjung (Y2.7)	Tingkat keinginan wisatawan untuk mengajak orang lain berkunjung ke destinasi yang sama	Saya ingin mengajak teman atau keluarga untuk berkunjung ke destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat agar mereka dapat merasakan pengalaman berwisata seperti yang saya rasakan	Interval (1-5)

Sumber: Diadaptasi dari berbagai sumber

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder (Unaradjan, 2019). Berikut adalah penjelasan mengenai kedua jenis data tersebut:

1. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, yaitu wisatawan Muslim Nusantara yang mengunjungi destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat. Destinasi wisata tersebut meliputi Pantai Padang, Harau Valley, Pantai Air Manis, Jam Gadang, Ngarai Sianok, Danau Singkarak, Istana Baso Pagaruyung, dan Museum Adityawarman.
2. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk tujuan selain permasalahan penelitian yang sedang diteliti. Data ini, terbagi menjadi dua jenis, yaitu data sekunder internal dan data sekunder eksternal. Data sekunder internal adalah data yang dihasilkan dari dalam organisasi yang melakukan penelitian, sedangkan data sekunder eksternal berasal dari sumber-sumber di luar organisasi. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai jenis literatur, di antaranya: artikel, jurnal, situs internet, serta sumber-sumber lain yang relevan.

3.2.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.4.1 Populasi Penelitian

Populasi mengacu pada sekelompok unit yang menjadi fokus penelitian, baik itu orang, peristiwa, atau objek yang diselidiki (Nurdin & Hartati, 2019; Umrati & Wijaya, 2020). Identifikasi populasi yang tepat sangat penting, karena kesalahan dalam menentukan populasi dapat mengakibatkan kesimpulan penelitian yang tidak akurat. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Nusantara yang mengunjungi kabupaten/kota di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki destinasi pariwisata unggulan, seperti Pantai Padang, Harau Valley, Pantai Air Manis, Jam Gadang, Ngarai Sianok, Danau Singkarak, Istana Baso Pagaruyung, dan Museum Adityawarman.

Pantai Padang, Pantai Air Manis, dan Museum Adityawarman terletak di Kota Padang; Harau Valley berada di Kabupaten Lima Puluh Kota; Jam Gadang dan Ngarai Sianok terletak di Kota Bukittinggi; Danau Singkarak berada di Kabupaten Solok dan Tanah Datar, sementara Istana Baso Pagaruyung terletak di Kabupaten Tanah Datar. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Nusantara yang melakukan perjalanan wisata ke Kota Padang, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kota Bukittinggi, serta Kabupaten Solok dan Tanah Datar dalam satu tahun terakhir yaitu periode bulan Agustus 2023 hingga Agustus 2024. Penjelasan lebih rinci mengenai ukuran populasi dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Ukuran Populasi Penelitian

No.	Kabupaten / Kota Lokasi Destinasi Pariwisata Unggulan Sumatera Barat	Jumlah Wisatawan Agustus 2023 – Agustus 2024
1	Kota Padang	4.204.040
2	Kabupaten Lima Puluh Kota	1.159.418
3	Kota Bukittinggi	1.259.726
4	Kabupaten Solok	1.210.227
5	Kabupaten Tanah	1.078.725
Total		8.912.136

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat (2024)

Tabel 3.2 menyajikan ukuran populasi penelitian berdasarkan jumlah wisatawan yang mengunjungi kabupaten/kota dengan destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat selama periode bulan Agustus 2023 hingga Agustus 2024. Kota Padang memiliki jumlah wisatawan terbanyak, yaitu 4.204.040 orang. Kota Bukittinggi mengikuti dengan 1.259.726 wisatawan, sedangkan Kabupaten Lima

Alfi Syahrah Siregar, 2025

Pengaruh Literasi Halal Digital dan Atribut Destinasi Halal terhadap Niat Berkunjung Kembali Dimediasi Kepercayaan

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

Puluh Kota dan Kabupaten Solok masing-masing mencatatkan jumlah wisatawan sebanyak 1.159.418 dan 1.210.227 orang. Sementara itu, Kabupaten Tanah Datar hanya tercatat dengan 1.078.725 wisatawan. Secara keseluruhan, jumlah wisatawan yang mengunjungi kelima kabupaten/kota tersebut selama periode bulan Agustus 2023 hingga Agustus 2024 mencapai total 8.310.000 orang.

3.2.4.2 Sampel Penelitian

Peneliti sering mengalami kesulitan dalam melakukan sensus, terutama apabila jumlah populasi sangat besar dan sulit untuk dihitung. Beberapa kendala seperti keterbatasan waktu, dana, dan sumber daya manusia sering kali menjadi tantangan. Oleh karena itu, peneliti sering kali memilih untuk menganalisis sebagian dari populasi sebagai sampel untuk tujuan praktis (Indriantoro & Supomo, 2018). Sampel merupakan bagian dari populasi yang lebih besar, yang terdiri dari sejumlah individu yang dipilih untuk mewakili populasi tersebut. Secara sederhana, sampel adalah sebagian item dari populasi yang dipilih untuk dianalisis (Sekaran & Bougie, 2016). Melalui analisis sampel, peneliti diharapkan dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi ke seluruh populasi sasaran.

Penelitian ini menggunakan strategi pengambilan sampel *non-probability sampling*, karena distribusi populasi yang cukup besar sehingga pengambilan sampel dengan metode kluster menjadi tidak efisien (Ferdinand, 2014). Teknik yang diterapkan adalah *convenience sampling*, yang dipilih karena kemudahan dan efisiensinya. Pengambilan sampel secara praktis melibatkan pengumpulan informasi dari individu yang siap berpartisipasi dan bersedia memberikan data (Sekaran & Bougie, 2016). Meskipun *convenience sampling* sering dianggap sebagai metode yang cukup acak, jika sampel dipilih berdasarkan kriteria yang direncanakan dengan baik, metode ini dapat meminimalisir potensi bias, adapun kriteria yang dipilih adalah wisatawan yang mengunjungi destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat dalam kurun waktu tiga tahun terakhir, memahami destinasi pariwisata halal, dan berkewarganegaraan Indonesia.

Berdasarkan Hair et al. (2019), ukuran sampel harus memadai untuk mewakili populasi yang diteliti dan menjadi perhatian utama bagi peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Yamane untuk menentukan jumlah

sampel, karena peneliti telah memiliki data populasi yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat dari September 2023 – September 2024.

Rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel minimal adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

di mana: n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah populasi

d = Tingkat presisi

jika presisi yang ditetapkan adalah 5%, maka:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{8.912.136}{8.912.136(0,05)^2 + 1} = \frac{8.912.136}{399.982} = 399,98 \approx 400 \text{ wisatawan}$$

Dengan demikian, ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 400 orang wisatawan Nusantara yang mengunjungi destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat. Pengambilan sampel di setiap kabupaten/kota lokasi destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat dilakukan menggunakan teknik *proportional random sampling* dengan rumus berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n \quad (\text{Riduwan, 2007})$$

Keterangan: n_i = Jumlah sampel menurut stratum

N_i = Jumlah populasi menurut stratum

N = Jumlah populasi keseluruhan

n = Jumlah sampel keseluruhan

Berdasarkan perhitungan dengan rumus tersebut, jumlah sampel proporsional untuk setiap kabupaten/kota lokasi destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat ditampilkan pada Tabel 3.3 berikut.

Tabel 3.3
Proporsi Jumlah Responden

No.	Kabupaten / Kota Lokasi Destinasi Pariwisata Unggulan Sumatera Barat	Jumlah Wisatawan	Sampel
1	Kota Padang		
	a. Pantai Padang	4.204.040	189
	b. Pantai Air Manis		
	c. Museum Adityawarman		

Lanjutan Tabel 3.3

No.	Kabupaten / Kota Lokasi Destinasi Pariwisata Unggulan Sumatera Barat	Jumlah Wisatawan	Sampel
2	Kabupaten Lima Puluh Kota Harau Valley	1.159.418	52
3	Kota Bukittinggi a. Jam Gadang b. Ngarai Sianok	1.259.726	57
4	Kabupaten Solok Danau Singkarak	1.210.227	54
5	Kabupaten Tanah Danau Singkarak Istana Baso Pagaruyung	1.078.725	48
Total		4.708.096	400

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Proporsi jumlah responden pada Tabel 3.3 menunjukkan pembagian sampel yang diambil secara proporsional berdasarkan jumlah wisatawan yang mengunjungi destinasi pariwisata unggulan di masing-masing kabupaten/kota di Provinsi Sumatera Barat. Kota Padang, dengan jumlah wisatawan terbanyak (4.204.040), memperoleh sampel terbesar yaitu 189 orang, yang dibagi di antara tiga destinasi utama: Pantai Padang, Pantai Air Manis, dan Museum Adityawarman. Kabupaten Lima Puluh, yang memiliki 1.159.418 wisatawan, mendapatkan sampel sebanyak 52 orang, mewakili destinasi Harau Valley. Kota Bukittinggi, dengan 1.259.726 wisatawan, memperoleh 57 responden yang mewakili destinasi Jam Gadang dan Ngarai Sianok. Kabupaten Solok, dengan jumlah wisatawan 1.210.227, memperoleh 54 responden untuk destinasi Danau Singkarak, sementara Kabupaten Tanah Datar, dengan 1.078.725 wisatawan, memperoleh 48 responden yang mewakili destinasi Danau Singkarak dan Istana Baso Pagaruyung. Secara keseluruhan, jumlah wisatawan yang mengunjungi kelima kabupaten/kota tersebut dalam satu tahun terakhir adalah 4.708.096, dengan total sampel sebanyak 400 orang.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Proses ini disesuaikan dengan variabel penelitian yang telah ditentukan dan ditujukan kepada responden yang telah dipilih. Dalam memperoleh data yang akan dianalisis, teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

3.2.5.1 Kuesioner

Teknik kuesioner diimplementasikan melalui serangkaian pertanyaan terstruktur yang berkaitan dengan variabel literasi halal digital, atribut destinasi halal, kepercayaan, dan niat berkunjung kembali untuk menggali pendapat wisatawan Muslim yang berkunjung ke destinasi wisata halal unggulan di Sumatera Barat. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis angket tertutup, di mana jawaban-jawaban telah disediakan dalam angket tersebut. Penggunaan kuesioner tertutup dipilih karena pertanyaan dengan jawaban tertutup lebih mudah untuk diolah secara tabulasi. Kuesioner dirancang dalam bentuk pertanyaan dengan alternatif jawaban. Pembobotan pada pertanyaan di kuesioner menggunakan skala pengukuran *likert scale* dengan angka 1 (satu) hingga 5 (lima). Tabel 3.4 menunjukkan bobot nilai jawaban responden.

Tabel 3.4
Bobot Nilai Jawaban Responden

No.	Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Tinggi	5
2	Tinggi	4
3	Sedang	3
4	Rendah	2
5	Sangat Rendah	1

Sumber: Sekaran & Bougie (2016)

Tabel 3.4 menjelaskan penggunaan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persepsi, sikap, atau opini responden terhadap suatu pernyataan atau pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, skala Likert dengan rentang angka 1 (satu) hingga 5 (lima) digunakan untuk memberikan bobot pada jawaban responden, di mana angka 5 menunjukkan tingkat yang sangat tinggi, dan angka 1 menunjukkan tingkat yang sangat rendah. Pendekatan ini memungkinkan data untuk diolah secara kuantitatif guna menghasilkan analisis yang lebih terukur dan sistematis.

3.2.5.2 Studi Literatur

Pengumpulan teori dan informasi yang relevan dengan topik penelitian dari beragam sumber dokumen, baik cetak maupun digital dilakukan dengan studi literatur. Hal ini meliputi pengumpulan konsep teoretis yang berkaitan dengan variabel penelitian serta data relevan dalam bentuk statistik, publikasi dari instansi atau organisasi, baik dalam format cetak maupun digital.

3.2.6 Pengujian Instrumen Penelitian

Data yang valid dan reliabel memiliki peran yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena dapat merepresentasikan variabel yang diteliti dengan akurat. Oleh karena itu, sebelum melakukan pengumpulan data lebih lanjut, instrumen penelitian harus diuji untuk memastikan kualitasnya. Pengujian ini dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

3.2.6.1 Uji Validitas

Validitas mengacu pada tingkat keabsahan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Instrumen yang valid memiliki tingkat validitas yang tinggi, sedangkan instrumen yang tidak valid memiliki validitas yang rendah (A. Kusumastuti & Khoiron, 2019). Terdapat dua jenis validitas berdasarkan metode pengujiannya, yaitu validitas eksternal dan validitas internal.

Validitas suatu instrumen dapat diukur dengan mengorelasikan skor faktor dengan skor total. Kriteria yang digunakan untuk menilai validitas adalah jika nilai r_{hitung} (koefisien korelasi) lebih besar dari r_{kritis} , maka data tersebut dianggap valid. Secara lebih rinci, validitas ditentukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} (*r product moment*) dengan ketentuan:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan atau indikator tersebut valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan atau indikator tersebut tidak valid.

Hasil dari uji validitas digunakan untuk menentukan apakah item dalam kuesioner valid atau invalid (tidak valid). Item yang tidak valid dapat diperbaiki atau dihapus dari instrumen. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 50 responden, diperoleh hasil seperti pada Tabel 3.5 berikut.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	No. Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Literasi Halal Digital	1	0,854	0.279	Valid
	2	0,674	0.279	Valid
	3	0,923	0.279	Valid
	4	0,873	0.279	Valid
	5	0,819	0.279	Valid
	6	0,916	0.279	Valid
	7	0,912	0.279	Valid
	8	0,935	0.279	Valid
	9	0,921	0.279	Valid
	10	0,936	0.279	Valid
	11	0,876	0.279	Valid
	12	0,861	0.279	Valid
Atribut Destinasi Halal	13	0,794	0.279	Valid
	14	0,843	0.279	Valid
	15	0,900	0.279	Valid
	16	0,883	0.279	Valid
	17	0,892	0.279	Valid
	18	0,879	0.279	Valid
	19	0,781	0.279	Valid
	20	0,793	0.279	Valid
	21	0,883	0.279	Valid
	22	0,881	0.279	Valid
	23	0,744	0.279	Valid
	24	0,855	0.279	Valid
	25	0,870	0.279	Valid
	26	0,909	0.279	Valid
	27	0,870	0.279	Valid
	28	0,853	0.279	Valid
	29	0,902	0.279	Valid
	30	0,866	0.279	Valid
	31	0,749	0.279	Valid
Kepercayaan	32	0,899	0.279	Valid
	33	0,776	0.279	Valid
	34	0,935	0.279	Valid
	35	0,840	0.279	Valid
	36	0,844	0.279	Valid

Lanjutan Tabel 3.5

Variabel	No. Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Niat Berkunjung Kembali	37	0,891	0.279	Valid
	38	0,891	0.279	Valid
	39	0,841	0.279	Valid
	40	0,896	0.279	Valid
	41	0,887	0.279	Valid
	42	0,883	0.279	Valid
	43	0,835	0.279	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan rekapitulasi hasil instrumen yang terdapat pada Tabel 3.5, diketahui bahwa dari 43 item pernyataan yang diuji, semuanya menunjukkan nilai yang valid. Dengan demikian, pernyataan-pernyataan tersebut siap digunakan dalam penelitian.

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Selain validitas, instrumen yang baik juga harus reliabel atau dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah item dalam instrumen penelitian akan menghasilkan hasil yang konsisten jika digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama (Sugiyono, 2019). Dalam metode *Partial Least Squares* (PLS), terdapat dua pendekatan untuk menguji reliabilitas, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

Cronbach's Alpha digunakan untuk mengukur tingkat reliabilitas minimum suatu konstruk, sementara *composite reliability* digunakan untuk mengukur reliabilitas yang sesungguhnya dari konstruk tersebut (Musyaffi et al., 2022). Melalui kedua uji reliabilitas ini, dapat dipastikan apakah instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang memadai. Skala *Cronbach Alpha* dikelompokkan menjadi lima kriteria Solimun et al. (2017) yang disajikan pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6
Kriteria Reliabilitas

Skor	Kriteria
antara 0,81 sampai dengan 1,00	Sangat Reliabel
antara 0,61 sampai dengan 0,80	Reliabel
antara 0,41 sampai dengan 0,60	Cukup
antara 0,21 sampai dengan 0,40	Tidak Reliabel
antara 0,00 sampai dengan 0,20	Sangat Tidak Reliabel

Sumber: Solimun et al. (2017)

Composite reliability digunakan untuk menunjukkan *internal consistency* dari indikator-indikator yang membentuk suatu variabel laten. Rumus perhitungan *composite reliability* menurut Ghozali (2014) adalah sebagai berikut:

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2 \rho_c}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Keterangan:

ρ_c = *Composite Reliability*

λ = *Completely Standarized Loading*

Factor e = *Error Variance*

i = *Number of Indicator or Observed Variabel*

Kriteria reliabilitas dianggap terpenuhi apabila nilai $\rho_c > 0,60$ (Ghozali, 2014). Instrumen yang tidak reliabel akan mengalami proses *trimming*, yaitu dengan menghapus atau mengeluarkan koefisien jalur yang tidak signifikan atau tidak valid. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 50 responden, diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 3.7 berikut.

Tabel 3.7
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item Pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Literasi Halal Digital	12	0,972	Reliabel
Atribut Destinasi Halal	19	0,978	Reliabel
Kepercayaan	5	0,909	Reliabel
Niat Berkunjung Kembali	7	0,948	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3.7 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas yang ditentukan. Variabel literasi halal digital memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,955, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Begitu pula dengan variabel atribut destinasi halal yang memiliki nilai 0,973, serta variabel kepercayaan dengan nilai 0,912, dan niat berkunjung kembali yang mencapai 0,950. Semua nilai ini jauh melebihi ambang batas yang disarankan, yang berarti instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel tersebut dapat dianggap reliabel dan konsisten.

3.2.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua metode analisis data, yaitu analisis deskriptif dan verifikatif.

3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan tujuan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi yang berlaku (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang kondisi setiap variabel. Setiap variabel terdiri dari beberapa indikator yang telah dirancang menjadi instrumen berupa angket. Setelah skor dari angket diperoleh, data kemudian diubah ke dalam bentuk persentase. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase ini dikutip dari M. Ali (2013), yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

P = Persentase variabel tertentu

n = Nilai yang diperoleh

N = Jumlah seluruh nilai

Untuk mengetahui kriteria deskriptif dari persentase yang diperoleh, dibuat tabel kategori dengan hitungan sebagai berikut:

1. Persentase maksimal : $\frac{5}{5} \times 100\% = 100\%$
2. Persentase minimal : $\frac{1}{5} \times 100\% = 20\%$
3. Rentang Persentase : $100\% - 20\% = 80\%$
4. Likert : $80\% : 5 = 16\%$

Penetapan jenjang kriteria untuk variabel ciri literasi halal digital, atribut destinasi halal, kepercayaan, dan niat berkunjung kembali dikelompokkan menjadi 5 (lima) kriteria Sugiyono (2019) dan dijabarkan pada Tabel 3.8.

Tabel 3.8
Likert Persentase dan Kriteria Variabel Ciri Literasi Halal Digital, Atribut Destinasi Halal, Kepercayaan, dan Niat Berkunjung Kembali

Likert %	Kriteria			
	Literasi Halal Digital	Atribut Destinasi Halal	Kepercayaan	Niat Berkunjung Kembali
84% - 100%	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi
68% - 83%	Baik	Baik	Tinggi	Tinggi
52% - 67%	Sedang	Sedang	Sedang	Sedang
36% - 51%	Kurang Baik	Kurang Baik	Rendah	Rendah
20% - 35%	Tidak Baik	Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Rendah

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Tahapan analisis verifikatif dilakukan setelah analisis deskriptif. Penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran konsep, prinsip, prosedur, dalil, dan praktik ilmu yang telah ada, dengan tujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data lapangan (Arifin, 2011). Dalam penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dan menganalisis pengaruh variabel literasi halal digital (X1) dan atribut destinasi halal (X2) terhadap kepercayaan (Y1) dan niat berkunjung kembali (Y2). Selain itu, analisis ini juga digunakan untuk menguji peran kepercayaan (M) sebagai mediator antara literasi halal digital (X1) dan atribut destinasi halal (X2) terhadap niat berkunjung kembali (Y2) melalui uji statistik yang relevan.

Penelitian ini menggunakan teknik *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk analisis verifikatif. SEM dipilih karena memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari teknik analisis multivariat lainnya. SEM memungkinkan untuk mengestimasi hubungan ketergantungan ganda (*Multiple Dependence Relationship*) yang memungkinkan peneliti merepresentasikan konsep-konsep yang sebelumnya tidak dapat diukur secara langsung dalam hubungan antar variabel. SEM juga memperhitungkan kesalahan pengukuran (*measurement error*) yang terjadi dalam data penelitian (Sarjono et al., 2015).

Structural Equation Model

Pada tahap ini, model diterjemahkan ke dalam bentuk diagram jalur. Proses ini melibatkan penyusunan model struktural, di mana hubungan antara konstruk

Alfi Syahrah Siregar, 2025

Pengaruh Literasi Halal Digital dan Atribut Destinasi Halal terhadap Niat Berkunjung Kembali Dimediasi Kepercayaan

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

laten, baik yang bersifat endogen maupun eksogen, dijelaskan secara terperinci. Selain itu, disusun juga model pengukuran yang menggambarkan bagaimana konstruk laten (variabel yang tidak dapat diukur langsung) dihubungkan dengan variabel manifest (variabel yang dapat diukur langsung) untuk mengukur konstruk tersebut, baik yang bersifat endogen maupun eksogen.

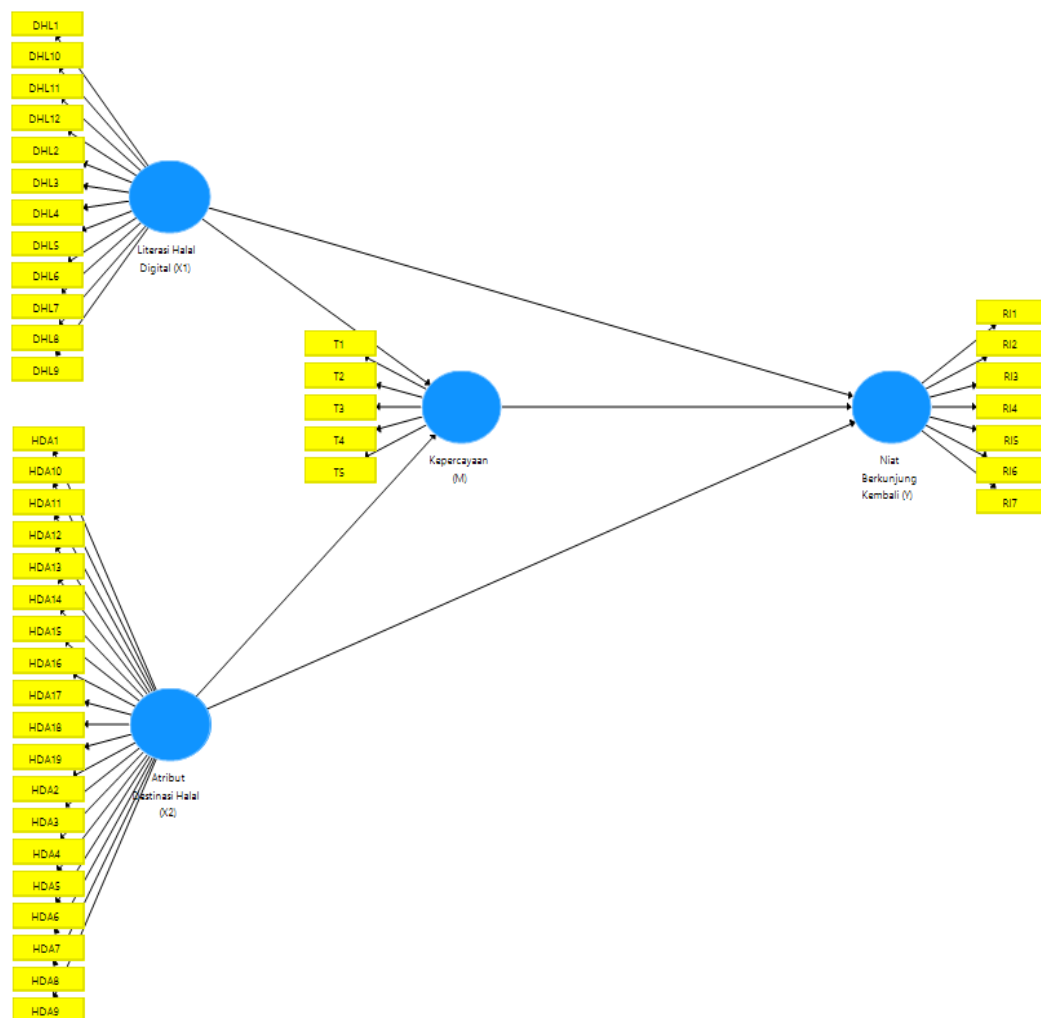
Tabel 3.9 berikut menyajikan notasi dan simbol yang digunakan dalam model *Structural Equation Modeling* (SEM), sebagaimana dijelaskan (Ghozali, 2017). Notasi ini membantu dalam pemahaman bagaimana hubungan antar variabel laten dan manifest digambarkan dalam model, serta bagaimana pengaruh antar variabel dianalisis.

Tabel 3.9
Daftar Notasi/Symbol Model SEM

Notasi/Symbol	Keterangan
$\rightarrow$	Anak panah satu arah, melambangkan hubungan kausalitas. Biasanya digunakan untuk menggambarkan hubungan antar variabel yang dihipotesiskan dalam penelitian.
	Bentuk elips, melambangkan konstruk (variabel laten) yang tidak dapat diukur langsung, tetapi diukur dengan menggunakan satu atau lebih indikator (variabel manifest).
	Bentuk kotak, melambangkan variabel yang diukur langsung, yaitu variabel manifest.
ξ	Ksi, menggambarkan variabel laten eksogen, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain tetapi tidak dipengaruhi oleh variabel lain.
η	Eta, menggambarkan variabel laten endogen, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam model.
β	Beta, menggambarkan koefisien jalur antar variabel endogen, menunjukkan besarnya pengaruh antar variabel tersebut.
γ	Gamma, menggambarkan koefisien jalur antara variabel eksogen dan variabel endogen.
λ	Lamda, menggambarkan koefisien bobot untuk variabel manifest, baik eksogen maupun endogen, yang menunjukkan kontribusi masing-masing indikator terhadap konstruk laten.
δ	Theta delta, menggambarkan kesalahan pengukuran pada variabel manifest (indikator eksogen)
ε	Theta epsilon, menggambarkan kesalahan pengukuran pada variabel manifest (indikator endogen)
ζ	Zeta, menggambarkan kesalahan residual atas <i>error variance</i> dalam persamaan model struktural.

Sumber: Ghozali (2017)

Model *Structural Equation Modeling* (SEM) dalam penelitian ini menghubungkan variabel literasi halal digital dengan 12 (dua belas) indikator terhadap variabel niat berkunjung kembali, yang memiliki 7 (tujuh) indikator, dengan dimediasi oleh variabel kepercayaan yang memiliki 5 (lima) indikator. Selain itu, model SEM ini juga menghubungkan variabel atribut destinasi halal yang memiliki 19 (sembilan belas) indikator terhadap variabel niat berkunjung kembali, yang memiliki 7 (tujuh) indikator, dan dimediasi oleh variabel kepercayaan yang terdiri dari 5 (lima) indikator. Model SEM penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Sumber : Hasil pengolahan data, 2024

Gambar 3.1
Model SEM Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, hubungan antara konstruk laten, serta mengakomodasi kesalahan pengukuran secara langsung (Ghozali, 2014). SEM termasuk dalam kategori statistik multivariat dependen, yang memungkinkan analisis hubungan langsung antara beberapa variabel endogen dan eksogen secara bersamaan (Hair et al., 2019). Keunggulan SEM terletak pada fleksibilitasnya dalam menghubungkan teori dengan data empiris (Ghozali, 2014).

Secara teknis, SEM terbagi menjadi dua kelompok, yaitu SEM berbasis kovarian (CBSEM) dan SEM berbasis varian

- a. SEM berbasis kovarian (CBSEM), menggunakan perangkat lunak seperti LISREL atau AMOS, dirancang berdasarkan teori yang kuat dan bertujuan untuk menguji serta mengkonfirmasi model dengan data empiris. Pendekatan ini memerlukan jumlah sampel yang besar, distribusi data yang terdistribusi normal multivariat, serta indikator yang bersifat reflektif (Ghozali, 2014).
- b. SEM berbasis varian, menggunakan perangkat lunak seperti SmartPLS atau PLSGraph, lebih fokus pada prediksi model dan tidak terlalu bergantung pada banyak asumsi (Sholihin & Ratmono, 2021). Pendekatan tidak memerlukan distribusi data yang normal, jumlah sampel yang besar, dan dapat menggunakan indikator reflektif maupun formatif (Ghozali, 2014).

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS), karena menimbang beberapa kelebihan dari SEM-PLS sebagai berikut (Ghozali, 2014):

1. Metode ini tepat digunakan untuk model prediksi yang bertujuan memprediksi hubungan kausalitas pada tingkat variabel laten.
2. SEM-PLS mampu memodelkan banyak variabel endogen dan variabel eksogen secara bersamaan, sehingga cocok untuk model yang kompleks.
3. Mampu mengatasi masalah multikolinearitas antar variabel eksogen.
4. Hasil tetap kokoh (*robust*) meskipun terdapat data yang tidak normal atau ada nilai yang hilang (*missing value*).
5. SEM-PLS lebih efisien dalam edukasi, sehingga lebih kuat secara praktis.

6. Dapat digunakan pada sampel kecil dan tetap kokoh terhadap deviasi asumsi normalitas, serta mampu mengukur indikator reflektif maupun formatif, serta model rekursif.
7. Tidak mensyaratkan data harus terdistribusi normal .
8. Dapat digunakan pada data dengan berbagai jenis skala, termasuk nominal, ordinal, dan kontinu.

Analisa data dengan SEM-PLS dilakukan dengan tiga tahap, yaitu analisa *outer model (measurement model)*, analisa *inner model (structural model)*, dan pengujian hipotesis.

1. Analisa Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model yang juga dikenal sebagai *outer relation* atau *measurement model*, digunakan untuk mendefinisikan hubungan antara setiap blok indikator dengan variabel laten yang diukur (Ghozali, 2014). Hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui persamaan *outer model* yang disajikan pada Tabel 3.10 berikut:

Tabel 3.10
Persamaan *Outer Model*

Variabel Laten	Indikator	Persamaan Pengukuran
Literasi Halal Digital	X_1 s.d X_{12}	$X_1 = \lambda_1 \xi + \delta_1$ s.d $X_{12} = \lambda_{12} \xi + \delta_{12}$
Atribut Destinasi Halal	X_{13} s.d X_{31}	$X_{13} = \lambda_{11} \xi + \delta_{13}$ s.d $X_{31} = \lambda_{23} \xi + \delta_{31}$
Kepercayaan	M_1 s.d M_5	$M_1 = \lambda_1 \eta + \varepsilon_1$ s.d $M_5 = \lambda_5 \eta + \varepsilon_5$
Niat Berkunjung Kembali	Y_1 s.d Y_7	$Y_1 = \lambda_1 \eta + \varepsilon_1$ s.d $Y_7 = \lambda_7 \eta + \varepsilon_7$

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Tabel 3.10 menunjukkan persamaan *outer model* di mana, ξ (*Ksi*) menggambarkan variabel laten eksogen, η (*Eta*) menggambarkan variabel laten endogen, λ (*Lamda*) menggambarkan koefisien bobot variabel manifest eksogen maupun endogen, δ (*Delta*) menggambarkan kesalahan pengukuran pada variabel manifest (indikator eksogen), dan ε (*Theta epsilon*) menggambarkan kesalahan pengukuran pada variabel manifest (indikator endogen).

Dalam menilai *outer model*, terdapat tiga kriteria utama yang digunakan, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *internal consistency reliability* (Kusnendi & Ciptagustia, 2023).

a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen pada model pengukuran bertujuan untuk menilai sejauh mana skor item atau komponen (*item score/component score*) berkorelasi dengan skor konstruk (*construct score*) yang dihitung menggunakan metode PLS (Ghozali, 2014). Penilaian validitas konvergen ini dilakukan dengan mengevaluasi *item reliability* yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. Sebuah item dianggap valid jika memiliki nilai *outer loading* lebih dari 0,70 (Ghozali, 2014). Namun, menurut (Hair et al., 2019), untuk pemeriksaan awal pada matriks *loading factor*, nilai sekitar 0,30 dianggap memenuhi tingkat minimal, nilai sekitar 0,40 lebih baik, dan nilai di atas 0,50 biasanya dianggap signifikan.

Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) juga digunakan sebagai syarat tambahan untuk menilai validitas konvergen. Suatu konstruk dianggap memiliki validitas konvergen yang baik jika nilai AVE lebih besar dari 0,50 (Hair, Jr. et al., 2021). Semakin tinggi nilai *loading factor*, semakin penting peran indikator tersebut dalam menginterpretasi matriks faktor, yang menunjukkan kekuatan hubungan antara indikator dan konstruk yang diukur.

b. Validitas Diskriminan (*Discriminant validity*)

Validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa konstruk yang berbeda dalam model pengukuran benar-benar mengukur hal yang berbeda, sehingga konstruk tersebut tidak saling tumpang tindih. Validitas diskriminan dapat dianalisis menggunakan dua metode, yaitu *Fornell-Larcker Criterion* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). *Fornell-Larcker Criterion* mengevaluasi validitas diskriminan dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Sebuah model pengukuran dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik jika nilai akar kuadrat AVE suatu konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model (Hair, Jr. et al., 2021). Selain itu, validitas diskriminan juga dapat dievaluasi menggunakan HTMT, yang mengukur rasio rata-rata korelasi *heterotrait-heteromethod* terhadap rata-rata korelasi *monotrait-heteromethod*. Validitas diskriminan dianggap tercapai jika nilai HTMT berada di bawah ambang batas 0,85 atau 0,90 (Henseler et al., 2015). Pada tingkat kepercayaan 95%, validitas diskriminan juga dapat dianggap baik jika nilai

HTMT tidak mencakup angka 1 dalam interval kepercayaannya (Hair et al., 2019). Dengan demikian, kedua metode ini digunakan untuk memastikan bahwa konstruk dalam model pengukuran memiliki validitas diskriminan yang memadai.

c. Reabilitas Konsistensi Internal (*Internal Consistency Reliability*)

Reabilitas konsistensi internal bertujuan untuk menguji apakah indikator-indikator dalam suatu variabel konstruk mampu memberikan hasil yang konsisten dan memiliki tingkat keandalan yang memadai. Evaluasi reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan statistik *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR) atau *Dillon-Goldstein's rho* (Kusnendi & Ciptagustia, 2023). Statistik masing-masing didefinisikan sebagai berikut:

$$CA = \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^M S_i^2}{S_T^2} \right); CR = \frac{(\sum_{i=1}^M L_i)^2}{(\sum_{i=1}^M L_i)^2 + (\sum_{i=1}^M var(e_i))^2}$$

di mana:

S_i : Varians indikator

i : varians konstruk

S_T^2 : Varians seluruh indikator

M : Jumlah varians dari konstruk

L : *Standardized outer loading* untuk indikator

$var(e_i)$: varians kesalahan pengukuran yang didefinisikan sebagai $1-L_i^2$

Model pengukuran dianggap reliabel untuk mengukur variabel laten apabila nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR) atau *Dillon-Goldstein's rho* tidak kurang dari 0,60 untuk penelitian eksploratori, atau minimal antara 0,70 hingga 0,90 untuk penelitian konfirmatori (Hair Jr. et al., 2017). Nilai reliabilitas yang lebih tinggi dari 0,95 tidak diharapkan, karena dapat mengindikasikan bahwa semua indikator hanya mengukur fenomena yang sama, sehingga hal tersebut tidak menjadi ukuran yang valid untuk sebuah konstruk.

Kriteria penilaian *outer model* pada *partial least square* dijelaskan pada Tabel 3.11 berikut.

Tabel 3.11
Ringkasan *Rule of Thumb* Model Pengukuran

Kriteria		<i>Rule of Thumb</i>
Validitas Konvergen		<i>Outer Loading</i> > 0,70 AVE > 0,05
Validitas Diskriminan		Fornell-Larcker : nilai akar kuadrat AVE lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk. HTMT < 0,90
Reliabilitas Internal	Konsistensi	CA, CR, rho > 0,70

Sumber: Kusnendi & Ciptagustia (2023)

2. Analisa Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan teori substansial (Ghozali, 2014). Evaluasi terhadap *inner model* dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun memiliki ketahanan dan tingkat akurasi yang baik. Beberapa indikator yang digunakan dalam evaluasi inner model, meliputi:

1. Kolinearitas

Uji kolinearitas bertujuan untuk memastikan bahwa tidak terdapat hubungan yang terlalu tinggi antara variabel laten dalam model. Hubungan yang sangat tinggi antar variabel dapat menyebabkan distorsi dalam estimasi *path coefficient* dan memengaruhi validitas hasil analisis. Analisis kolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), di mana nilai VIF yang melebihi 5 ($VIF > 5$) mengindikasikan adanya masalah multikolinieritas yang perlu diperhatikan. Jika terjadi multikolinieritas yang signifikan, hal ini dapat mempengaruhi akurasi dan kestabilan estimasi model (Kusnendi & Ciptagustia, 2023).

2. Koefisien Determinasi (*R square*)

Koefisien determinasi (*R square*) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen, serta menilai signifikansi pengaruh tersebut (Ghozali, 2014). Nilai *R square* memberikan gambaran tentang kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel laten endogen. Interpretasi nilai *R square* adalah sebagai berikut (Ghozali, 2014):

- Nilai 0,67, menunjukkan prediksi yang baik.
- Nilai 0,33, menunjukkan prediksi yang moderat.
- Nilai 0,19, menunjukkan model prediksi yang buruk.

3. Koefisien *effect size* Uji f^2

Perubahan nilai R^2 digunakan untuk menilai pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, yang diukur melalui *effect size* (f^2). Nilai f^2 dihitung menggunakan rumus berikut (Hair Jr. et al., 2017):

$$f^2 = \frac{R^2_{\text{included}} - R^2_{\text{excluded}}}{1 - R^2_{\text{included}}}$$

Di mana R^2_{included} adalah nilai R^2 ketika variabel eksogen dimasukkan ke dalam model, dan R^2_{excluded} adalah nilai R^2 ketika variabel eksogen tersebut dikeluarkan dari model. Interpretasi nilai f^2 yang direkomendasikan adalah sebagai berikut (Hair Jr. et al., 2017):

- Nilai 0,02, menunjukkan pengaruh kecil.
- Nilai 0,15, menunjukkan pengaruh moderat.
- Nilai 0,35, menunjukkan pengaruh besar.

Selain itu, *effect size* untuk *indirect effect* dapat dihitung menggunakan rumus yang disarankan oleh Gaskin et al. (2020) dan Lachowicz et al. (2018). Lachowicz et al. (2018) memberikan persamaan pengukuran nilai *Upsilon* (v) dengan cara mengalikan kuadrat *path coefficient* antara variabel X menuju M dan antara variabel M menuju Y, yang kemudian hasilnya di sesuaikan dengan kriteria *effect size* menurut Hair Jr. et al. (2017). Sementara penghitungan nilai *effect size* untuk *indirect effect* menurut Gaskin et al. (2020) dapat dilakukan menggunakan *Excel Start Tools Package*, yang memungkinkan analisis lebih lanjut terkait hubungan antara variabel menggunakan matriks path dan menghitung *indirect effect size* secara lebih praktis.

4. Uji *Stone-Geisser's* (Q^2)

Model *Partial Least Squares* (PLS) juga dievaluasi dengan melihat nilai *Q-square predictive relevance* untuk menilai relevansi prediktif dari model konstruk. Nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*, sedangkan nilai Q^2 yang kurang dari 0

menunjukkan bahwa model tidak memiliki *predictive relevance* (Ghozali, 2014). Prosedur *blindfolding* digunakan untuk menghitung *Q-square*, yang membantu dalam menilai seberapa baik model tersebut dapat memprediksi hasil yang diharapkan. Rumus yang dapat digunakan, adalah:

$$Q^2 = 1 - \frac{\sum DE_D}{\sum DO_D} \quad (\text{Ghozali, 2014})$$

Keterangan:

- D : *Omission distance*,
- E : *Sum of squares of prediction error*,
- O : *Sum of squares of observation*.

Kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi model struktural secara ringkas disajikan pada Tabel 3.12.

Tabel 3.12
Ringkasan *Rule of Thumb* Model Struktural

Kriteria	<i>Rule of Thumb</i>
<i>R square</i>	0,67, 0,33 dan 0,19 menunjukkan model kuat, moderate dan lemah (Chin 1998).
<i>Effect Size f²</i>	0,02, 0,15 dan 0,35 (kecil, menengah dan besar).
<i>Q² predictive relevance</i>	Q ² > 0 menunjukkan model mempunyai <i>predictive relevance</i> . Q ² < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i> .

Sumber: Kusnendi & Ciptagustia (2023)

3. Uji Hipotesis

Hipotesis, secara garis besar, diartikan sebagai dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu masalah yang akan diuji secara statistik (Sukmadinata, 2012). Dalam penelitian kuantitatif, hipotesis dapat berupa hipotesis satu variabel atau hipotesis yang melibatkan dua atau lebih variabel, yang dikenal sebagai hipotesis kausal (Priyono, 2016). Pengujian hipotesis adalah proses untuk menguji apakah pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku dapat diterima setelah melalui pemeriksaan ketat (Sekaran & Bougie, 2016).

Penelitian ini menguji objek berupa variabel eksogen, yaitu literasi halal digital dan atribut destinasi halal, serta variabel endogen, yaitu kepercayaan dan niat untuk berkunjung kembali. Untuk menguji hubungan antar variabel tersebut,

uji statistik yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program SmartPLS 3.0

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur pada pengujian *inner model*. Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis didasarkan pada nilai t-tabel yang sebesar 1,96 pada tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai koefisien jalur dan *p-value* dengan tingkat signifikansi 5% juga diperhatikan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini :

1. **Uji Hipotesis 1**

$H_0: \gamma_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif antara literasi halal digital dengan niat berkunjung kembali.

$H_1: \gamma_1 > 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara literasi halal digital dengan niat berkunjung kembali.

2. **Uji Hipotesis 2**

$H_0: \gamma_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif antara literasi halal digital dengan niat berkunjung kembali.

$H_1: \gamma_2 > 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara literasi halal digital dengan niat berkunjung kembali.

3. **Uji Hipotesis 2**

$H_0: \gamma_3 \gamma_5 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif antara literasi halal digital dengan niat berkunjung kembali melalui kepercayaan.

$H_1: \gamma_3 \gamma_5 > 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara literasi halal digital dengan niat berkunjung kembali melalui kepercayaan.

4. **Uji Hipotesis 2**

$H_0: \gamma_3 \gamma_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif antara literasi halal digital dengan niat berkunjung kembali melalui kepercayaan.

$H_1: \gamma_3 \gamma_4 > 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara literasi halal digital dengan niat berkunjung kembali melalui kepercayaan.