

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan karakteristik dari suatu benda, individu, atau hal yang menjadi fokus dan target dalam penelitian (Surokim et al., 2016). Dalam penelitian ini yang dijadikan objek penelitian adalah *Perilaku Konsumtif* sebagai variabel dependen (Y) dalam *game Mobile Legends* yang dipengaruhi oleh literasi keuangan sebagai variabel independen (X1), perilaku keuangan (X2) dan *mental accounting* (X3). Subjek penelitian adalah orang yang menjadi sumber bagi peneliti (Moleong, 2004). Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Generasi Z di Kota Bandung yang bermain *game Mobile Legends*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu (Sugiyono, 2019). Metode ini sangat terkait dengan prosedur, teknik, alat, dan rancangan penelitian yang diterapkan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode kuantitatif berbasis pada data konkret, di mana data dalam bentuk angka dianalisis dengan statistik untuk mendapatkan kesimpulan. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi atau keberadaan variabel tertentu, baik satu variabel maupun lebih, sedangkan pendekatan verifikatif bertujuan menguji hipotesis melalui analisis statistik untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak. Metode deskriptif verifikatif dalam penelitian ini diterapkan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif pemain *game Mobile Legends*, guna menentukan validitas hipotesis yang diajukan.

3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.3.1 Definisi Variabel

Definisi Variabel merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari individu, objek, organisasi, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan disimpulkan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Independen/Variabel Bebas (X)

Variabel bebas, atau variabel independen, adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah literasi keuangan (X1), perilaku keuangan (X2), dan *mental accounting* (X3)

a. Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan memahami konsep keuangan, membuat keputusan keuangan yang bijak, serta merencanakan keuangan masa depan dengan percaya diri. Ini mencakup keterampilan berkomunikasi tentang isu keuangan dan mengelola keuangan pribadi secara efektif untuk mencapai kesejahteraan finansial (Fauzi & Sulistyowati, 2022). Literasi keuangan merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap orang agar dapat terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan tidak hanya disebabkan oleh pendapatan yang rendah, tetapi juga dapat terjadi akibat kesalahan dalam mengelola keuangan (Bukhari *et al.*, 2022). Literasi keuangan mengacu pada serangkaian keterampilan dan pengetahuan yang membantu individu dalam membuat keputusan serta mengelola sumber daya keuangan mereka secara efisien (Yusuf, & Taruh, 2022).

Pada variabel literasi keuangan terdapat lima indikator yang diambil berdasarkan penelitian dari Fauzi & Sulistyowati (2022) dan penelitian ini menggunakan skala likert. Semakin tinggi skor yang dipilih menunjukkan tingkat literasi keuangan responden yang semakin baik,

mencerminkan pemahaman, keterampilan, dan kemampuan yang lebih tinggi dalam mengelola keuangan mereka secara bijak. Sebaliknya, semakin rendah skor yang dipilih menunjukkan tingkat literasi keuangan responden yang kurang baik, mencerminkan pemahaman, keterampilan, dan kemampuan yang lebih rendah dalam mengelola keuangan mereka secara efektif.

b. Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan merupakan cara seseorang berperilaku dalam mengelola dan mengalokasikan pendapatan serta pengeluarannya secara nyata dalam kehidupan sehari-hari (Fauzi & Sulistyowati, 2022). Perilaku keuangan merupakan keterampilan individu dalam mengelola keuangan, yang mencakup perencanaan, pengelolaan, pengendalian, dan pencatatan. Kemampuan ini sangat penting bagi mahasiswa sebagai latihan dalam mengembangkan tanggung jawab dan manajemen keuangan yang baik (Murni & Sandari, 2024). Perilaku keuangan mempelajari bagaimana orang sebenarnya bertindak dalam membuat keputusan keuangan, dengan fokus pada bagaimana aspek psikologis memengaruhi pilihan mereka, baik dalam konteks pribadi, perusahaan, maupun pasar keuangan (Wicaksono, 2015).

Pada variabel perilaku keuangan terdapat empat indikator yang diambil berdasarkan penelitian dari Fauzi & Sulistyowati (2022) dan penelitian ini menggunakan skala likert. Semakin tinggi skor yang dipilih menunjukkan perilaku keuangan responden yang semakin baik, mencerminkan kemampuan yang lebih tinggi dalam merencanakan, mengelola, dan mengendalikan keuangan secara bijaksana. Sebaliknya, semakin rendah skor yang dipilih menunjukkan perilaku keuangan yang kurang baik, mencerminkan rendahnya kemampuan dalam mengatur dan mengontrol keuangan.

c. *Mental Accounting*

Mental Accounting merupakan salah satu konsep inti dalam ekonomi perilaku yang diperkenalkan oleh Richard Thaler. *Mental accounting* menggambarkan bagaimana individu mengategorikan, mengelola, dan

memproses uang mereka dalam “akun mental” yang berbeda, meskipun secara objektif, uang tersebut adalah satu kesatuan. Misalnya, seseorang memiliki akun mental yang terpisah untuk “hiburan” dan “kebutuhan sehari-hari”, dan meskipun mereka memiliki uang yang cukup di akun hiburan, mereka bisa saja menahan diri tidak menggunakan uang itu untuk kebutuhan sehari-hari (Thaler, 1999). *Mental accounting* merupakan proses mental di mana seseorang mencatat, menganalisis, dan melaporkan transaksi keuangan untuk melacak aliran uang serta mengontrol pengeluaran (Rospitadewi & Efferin, 2017).

Pada variabel *mental accounting* terdapat empat indikator yang diambil berdasarkan penelitian dari Rospitadewi & Efferin (2017) dan penelitian ini menggunakan skala likert. Semakin tinggi skor yang dipilih menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan *mental accounting* yang lebih tinggi, mencerminkan kemampuan yang lebih terorganisir dalam mengelompokkan, mengelola, dan memproses keuangan secara mental. Sebaliknya, semakin rendah skor yang dipilih menunjukkan kecenderungan *mental accounting* yang rendah, mencerminkan kurangnya kemampuan dalam memisahkan atau mengatur uang berdasarkan kategori tertentu.

2. Variabel Dependen/Variabel Terikat (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, tujuannya adalah untuk memahami bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah aktivitas mengonsumsi secara berlebihan yang tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan dan mencari kepuasan semata (Fauzi & Sulistyowati, 2022). Perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang yang mengonsumsi produk hanya berdasarkan keinginan, tanpa mempertimbangkan secara rasional apakah produk tersebut benar-benar dibutuhkan (Wasesa, 2016). Pendapat lain menyebutkan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang yang cenderung impulsif,

melakukan pembelian berlebihan tanpa mempertimbangkan secara rasional, dan lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan (Novianus, 2023).

Pada variabel perilaku konsumtif terdapat empat indikator yang diambil berdasarkan penelitian dari Fauzi & Sulistyowati (2022) dan penelitian ini menggunakan skala likert. Semakin tinggi skor yang dipilih menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat perilaku konsumtif yang lebih tinggi, mencerminkan kecenderungan untuk melakukan pembelian yang lebih impulsif dan didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Sebaliknya, semakin rendah skor yang dipilih menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang lebih rendah, mencerminkan sikap yang lebih bijaksana dan terkontrol dalam melakukan pembelian.

3.3.2 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan untuk membantu pada saat penentuan jenis, indikator atau variabel yang akan diteliti. Maka dari itu, variabel-variabel penelitian ini, terdiri dari literasi keuangan, perilaku keuangan, *mental accounting* dan perilaku konsumtif dioperasionalisasikan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data	No. Pernyataan
1.	Variabel Independen: Literasi Keuangan (X ₁)	Literasi keuangan adalah kemampuan memahami konsep keuangan, membuat keputusan keuangan yang bijak, serta merencanakan keuangan masa depan dengan percaya diri. Ini mencakup keterampilan berkomunikasi tentang isu keuangan dan mengelola keuangan pribadi secara efektif untuk mencapai kesejahteraan finansial	Menurut Fauzi & Sulistyowati (2022) terdapat lima indikator dalam literasi keuangan, yaitu: 1) Pengetahuan tentang konsep keuangan 2) Kemampuan membuat keputusan tentang keuangan 3) Keyakinan untuk membuat perencanaan keuangan di masa depan	<i>Likert</i>	1) 1, 2 2) 3, 4 3) 5 4) 6 5) 7, 8

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data	No. Pernyataan
		(Fauzi & Sulistyowati, 2022).	4) Keterampilan berkomunikasi tentang konsep keuangan 5) Keterampilan mengelola keuangan pribadi		
2.	Variabel Independen: Perilaku Keuangan (X ₂)	Perilaku keuangan merupakan cara seseorang berperilaku dalam mengelola dan mengalokasikan pendapatan serta pengeluarannya secara nyata dalam kehidupan sehari-hari (Fauzi & Sulistyowati, 2022).	Menurut Fauzi & Sulistyowati (2022) terdapat empat indikator dalam perilaku keuangan, yaitu: 1) Perencanaan dan penganggaran keuangan 2) Menabung dan berinvestasi 3) Penggunaan dan pengeluaran uang 4) Mengevaluasi penggunaan anggaran	Likert	1) 9, 10 2) 11, 12 3) 13, 14 4) 15, 16
3.	Variabel Independen: <i>Mental Accounting</i> (X ₃)	<i>Mental accounting</i> merupakan proses mental di mana seseorang mencatat, menganalisis, dan melaporkan transaksi keuangan untuk melacak aliran uang serta mengontrol pengeluaran (Rospitadewi & Efferin, 2017).	Terdapat empat indikator yang digunakan dalam <i>mental accounting</i> (Rospitadewi & Efferin, 2017), yaitu: 1) <i>Framing Effect</i> 2) <i>Specific Account(s)</i> 3) <i>Self Control</i> 4) <i>Self Report</i>	Likert	1) 17, 18 2) 19, 20 3) 21, 22 4) 23, 24

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data	No. Pernyataan
4.	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah aktivitas mengonsumsi secara berlebihan yang tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan dan mencari kepuasan semata (Fauzi & Sulistyowati, 2022).	Fauzi & Sulistyowati (2022) menyatakan bahwa terdapat delapan indikator dalam perilaku konsumtif, yaitu: 1) Pembelian karena diimingi hadiah lain 2) Pembelian demi harga diri dan penampilan 3) Pembelian karena tertarik dengan kemasan 4) Pembelian dua atau lebih produk sejenis sama tapi merek berbeda 5) Pembelian barang mahal untuk menumbuhkan rasa percaya diri 6) Pembelian produk berdasarkan pertimbangan harga 7) Pembelian suatu produk karena meniru perilaku model yang mengiklankan 8) Pembelian produk untuk menjaga status sosial	<i>Likert</i>	1) 25 2) 26 3) 27 4) 28 5) 29 6) 30 7) 31 8) 32

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah sekumpulan unit yang menjadi objek penelitian untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Abdullah, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Bandung. Peneliti memilih Generasi Z sebagai populasi penelitian karena generasi ini, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh

dalam lingkungan teknologi yang sangat maju. Mereka terbiasa dengan perangkat digital, *game online*, dan media sosial, sehingga menjadi kelompok yang aktif dalam menggunakan aplikasi dan lebih mudah terlibat dalam perilaku konsumtif.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah sebagian dari total populasi yang memiliki karakteristik yang sama. Jika populasi terlalu besar untuk diteliti sepenuhnya dalam waktu yang terbatas, maka peneliti dapat mengambil sampel yang representatif. Kesimpulan dari sampel tersebut kemudian dapat digeneralisasi ke seluruh populasi. Dalam menentukan ukuran sampel, penelitian ini mengacu pada Hair et al. (2019), yang menyarankan bahwa representasi populasi dapat ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator dengan faktor 5 hingga 10.

$$n = N \times 10$$

$$n = 21 \times 10$$

$$n = 210$$

Keterangan:

N = jumlah sampel

N = jumlah indikator

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala 10, yang menghasilkan jumlah sampel sekitar 210 orang. Jumlah sampel ini sesuai dengan rekomendasi Hair et al. (2019) yaitu ukuran sampel yang baik berkisar antara 100 hingga 200 responden untuk memastikan validitas dan reliabilitas analisis data. Peneliti memilih teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, salah satu metode *non-probability sampling*, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu (Sari, 2022). Dalam hal ini, peneliti ingin melibatkan responden dengan pengetahuan lebih dalam tentang literasi keuangan, perilaku keuangan, dan *mental accounting* ketika melakukan pembelian dalam *game* yang menyebabkan perilaku konsumtif.

Berikut kriteria-kriteria yang menjadi dasar sampel penelitian ini, diantaranya:

1. Responden yang tinggal atau berdomisili di Kota Bandung.
2. Responden bermain *game Mobile Legends* selama kurang lebih 1 tahun.
3. Memiliki penghasilan.
4. Responden berumur sekitar 18-28 tahun.
5. Responden pernah melakukan *top up* di dalam *game Mobile Legends*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data yang akan dianalisis dalam penelitian (Jogiyanto, 2018). Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu melalui Kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana peneliti memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Jecky, 2024). Teknik ini efektif ketika peneliti telah memahami variabel yang ingin diukur dan hasil yang diharapkan dari responden, terutama jika populasi yang ditargetkan cukup besar dan tersebar luas (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, kuesioner dirancang khusus untuk generasi Z di Kota Bandung. Pemilihan kuesioner memungkinkan peneliti menyusun pertanyaan yang terstruktur dan relevan terkait perilaku pengguna terhadap pengelolaan keuangan, memudahkan pengumpulan data yang konsisten, serta analisis yang sistematis.

Kuesioner dalam penelitian ini akan disebarakan kepada responden melalui beberapa metode untuk memastikan pengumpulan data yang efektif dan efisien. Langkah-langkah yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penentuan Responden

Responden penelitian ini adalah Generasi Z yang tinggal di Kota Bandung dan merupakan pemain aktif *game Mobile Legends*. Pemilihan responden dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria spesifik sesuai kebutuhan penelitian.

2. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner akan disusun dalam bentuk digital menggunakan platform seperti Google Forms atau aplikasi survei serupa.

- a. Tautan kuesioner dibagikan melalui grup media sosial, seperti WhatsApp, Instagram, atau forum komunitas pemain *Mobile Legends*.
- b. Penyebaran dilakukan dengan menyertakan penjelasan singkat tentang tujuan penelitian dan instruksi pengisian.
3. Penyebaran Langsung (Jika Diperlukan)
 - a. Dalam kondisi tertentu, kuesioner juga dapat disebar secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria, misalnya, pada acara komunitas pemain *Mobile Legends* di Kota Bandung.
 - b. Responden akan diberikan waktu untuk mengisi kuesioner di tempat.
4. Konfirmasi dan Tindak Lanjut
 - a. Setelah responden mengisi kuesioner, peneliti akan memeriksa kelengkapan data.
 - b. Jika jumlah responden belum mencukupi, penyebaran ulang dilakukan hingga jumlah yang dibutuhkan tercapai.

Metode penyebaran *online* dipilih karena Generasi Z umumnya aktif menggunakan internet dan media sosial, sehingga lebih mudah dijangkau. Selain itu, efisiensi waktu dan biaya dibandingkan metode penyebaran kuesioner secara cetak.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang sumbernya diberikan secara langsung kepada pengumpul data (Sugiyoni, 2017). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama yaitu generasi Z di Kota Bandung sebagai responden. Data yang diperoleh dari hasil jawaban responden ini akan dianalisis untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen dan dependen. Data primer dipilih karena mampu memberikan informasi rinci tentang variabel-variabel yang diteliti.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses untuk mengelola dan mengolah data yang diperoleh dari lapangan, yang dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden. Untuk menganalisis data tersebut, penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan *software* SmartPLS. PLS adalah salah satu jenis SEM yang berfokus pada komponen atau varian data. *Structural Equation Model* (SEM) sendiri adalah metode analisis *multivariate* yang memungkinkan pengujian berbagai hubungan yang kompleks. Peneliti menggunakan teknik analisis ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh antar variabel yang telah ditentukan berdasarkan indikator-indikatornya.

Alasan penggunaan metode PLS dalam penelitian ini berdasarkan Hamid & Anwar (2019), yaitu: 1) PLS memungkinkan pemodelan dengan banyak variabel independen dan dependen secara bersamaan (model kelompok). 2) Metode ini mampu menangani masalah multikolinieritas yang sering terjadi antarvariabel independen. 3) Hasil analisis tetap stabil (robust), meskipun terdapat data yang tidak normal atau hilang (*missing value*). 4) PLS dapat digunakan pada sampel kecil, dengan rekomendasi ukuran sampel antara 30 hingga 100 kasus.

3.6.1 Statistik Deskriptif

Menurut Wiley & Wiley (2020), statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk memahami karakteristik populasi dengan menganalisis data yang diperoleh dari sampel. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan data secara lebih jelas dan memberikan wawasan tentang sifat-sifat tertentu dari populasi yang sedang diteliti.

3.6.2 Model Pengukuran atau *Outer Model*

Dalam model pengukuran atau *outer model*, ada beberapa jenis pengujian yang dilakukan, yaitu pengujian validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian, instrumen yang digunakan harus memenuhi syarat validitas dan reliabilitas agar hasil penelitian yang diperoleh dapat dipercaya dan akurat.

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018), uji validitas adalah metode yang digunakan untuk memastikan apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner memenuhi standar yang diperlukan agar dianggap valid. Pengujian ini menilai sejauh mana informasi yang diperoleh benar-benar akurat dan tepat. Dengan uji validitas, kita dapat menentukan apakah instrumen penelitian, seperti kuesioner, sah dan sesuai untuk digunakan. Uji validitas ini sendiri terbagi ke dalam beberapa jenis pengujian, yaitu:

a. *Convergent Validity*

Pengukuran validitas konvergen bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan dalam penelitian benar-benar dapat mengukur dimensi yang sama dari variabel tersebut. Validitas konvergen dianggap tercapai jika setiap variabel memiliki nilai *Loading Factor* > 0.70 dan *AVE* > 0.5 , dan setiap item memiliki nilai *loading* lebih dari 0.5. Jika *outer loading* tidak valid, beberapa indikator dapat dikeluarkan lalu dilakukan pengujian tahap ke 2 (Ghozali, 2018).

b. *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa dua variabel dalam penelitian cukup berbeda satu sama lain. Validitas diskriminan dianggap terpenuhi jika korelasi antara variabel dengan dirinya sendiri lebih besar dibandingkan dengan korelasi variabel tersebut dengan variabel lain. Cara lain untuk memastikan validitas diskriminan adalah melalui nilai *cross loading* dan *fornell larcker*, jika setiap item pertanyaan dalam variabel memiliki nilai *cross loading* yang lebih besar terhadap variabelnya sendiri daripada korelasinya dengan variabel lain, maka validitas diskriminan tercapai (Ghozali, 2018). Atau dengan *latent variable correlation*, yaitu nilai korelasi satu variabel terhadap variabel lainnya $<$ nilai akar kuadrat AVE variabel tersebut (Hamid & Anwar, 2019).

2. Uji Realibilitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi data dari kuesioner penelitian. Kuesioner ini berfungsi sebagai indikator bagi variabel yang sedang diteliti. Kuesioner dianggap reliabel jika jawaban yang diberikan konsisten. Uji reliabilitas dapat dilakukan melalui metode *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, lalu suatu variabel dianggap reliabel jika memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* ≥ 0.7 .

3.6.3 Model Struktural atau *Inner Model*

Pengujian model struktural, atau yang juga dikenal sebagai *inner model*, bertujuan untuk melihat apakah data dalam penelitian mendukung hubungan-hubungan yang diajukan dalam hipotesis (Ghozali, 2018). Hubungan ini terlihat dari interaksi antara variabel eksogen (variabel yang memberikan pengaruh) dan variabel endogen (variabel yang menerima pengaruh), serta hubungan antar variabel endogen, yang semuanya digambarkan dalam model struktural atau *inner model*.

1. Koefisien Determinasi atau *R Square*

Koefisien determinasi adalah ukuran yang digunakan dalam penelitian untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu. Jika nilainya mendekati satu, ini menunjukkan pengaruh variabel independen yang besar terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilainya mendekati nol, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menjadi semakin terbatas. Menurut Ghozali (2018), hasil koefisien determinasi dengan nilai 0.67 menunjukkan hubungan yang kuat, 0.33 moderat, dan 0.19 lemah.

2. *Path Coefficients*

Path coefficients adalah model yang digunakan untuk memahami arah hubungan dalam hipotesis. Nilai *path coefficients* biasanya berada dalam rentang -1 hingga +1 (meskipun dalam beberapa kasus bisa lebih kecil atau

lebih besar). Semakin mendekati +1, semakin kuat hubungan positif yang ditunjukkan. Sebaliknya, semakin mendekati -1, semakin kuat hubungan negatifnya (Ghozali, 2018).

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis *full model Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS. Analisis ini tidak hanya bertujuan untuk mengonfirmasi teori, tetapi juga untuk menilai ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis dilakukan dengan memperhatikan nilai *Path Coefficient* dalam *inner model*. Hipotesis dianggap diterima jika nilai t-statistiknya lebih besar dari nilai t-tabel, yaitu 1.96 untuk *two-tailed* dan 1.64 untuk *one-tailed* (dengan $\alpha = 5\%$). Artinya, jika t-statistik pada setiap hipotesis melebihi t-tabel, hipotesis tersebut dapat diterima atau terbukti.

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji statistik t digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen secara individual dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0.05 ($\alpha = 5\%$). Hipotesis diterima atau ditolak berdasarkan kriteria berikut:

- a. Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka hipotesis ditolak. Artinya, variabel independen tersebut secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi ≤ 0.05 , maka hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel independen tersebut secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.