

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Variabel adalah suatu ciri atau atribut yang dimiliki oleh seseorang atau suatu organisasi, yang dapat diukur atau diamati oleh peneliti. Ciri ini berbeda-beda pada setiap individu atau organisasi, sehingga bisa digunakan untuk melihat perbedaan atau hubungan dalam suatu penelitian (Creswell & Creswell, 2023). Terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen (variabel bebas) sebagai variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan, serta variabel dependen (variabel terikat) sebagai variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel. Di mana *attitude toward social media influencer* sebagai variabel independen (X) dan *purchase intention* sebagai variabel dependen (Y). Adapun penelitian ini akan dilakukan pada merek kosmetik Revlon di Indonesia, dengan subjek penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @revlonid.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah yang diterapkan peneliti untuk mengumpulkan data guna mencapai tujuan penelitian tertentu. Pendekatan ini harus memenuhi karakteristik ilmiah berupa rasionalitas, didasarkan pada fakta empiris, dan dilaksanakan secara sistematis. Metodologi ini mencakup rancangan penelitian, metodologi, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian (Luhglatno et al., 2024). Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian utama. Pendekatan kuantitatif didasarkan pada paradigma positivisme dan memiliki beberapa karakteristik utama: (1) penerapan pada populasi

atau sampel penelitian tertentu, (2) penggunaan instrumen penelitian standar untuk pengumpulan data, serta (3) analisis data secara statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian. Penamaan metode ini sebagai kuantitatif merujuk pada dua aspek fundamental: (1) bentuk data yang berupa nilai numerik dan (2) penerapan teknik analisis statistik dalam pengolahan data.

Metode kuantitatif pada penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran umum variabel *attitude toward social media influencer* dan *purchase intention*, serta digunakan untuk mengukur kebenaran serta hipotesis pengaruh *attitude toward social media influencer* terhadap *purchase intention* produk lipstik Revlon. Untuk mengumpulkan informasi yang cukup mengenai hubungan antara sebab dan akibat variabel-variabel ini, peneliti akan menyebarkan kuisioner untuk mengumpulkan data dengan metode penelitian *Cross Sectional Method* dikarenakan waktu penelitian dilakukan kurang dari satu tahun.

Kemudian dalam penelitian kuantitatif ini dilakukan analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif merupakan cara untuk menjelaskan data dalam penelitian dengan menghitung rata-rata, melihat sebaran data (standar deviasi), dan mengetahui nilai tertinggi serta terendah (rentang skor) dari suatu variabel. Tujuannya adalah untuk memberi gambaran umum tentang data yang dikumpulkan (Creswell & Creswell, 2023). Sementara penelitian verifikatif memiliki tujuan untuk mendapatkan kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan dalam pelaksanaannya dilakukan pengumpulan data di lapangan.

3.2.2 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud mengetahui pengaruh *attitude toward social media influencer* sebagai variabel X (variabel independen) terhadap *purchase intention* atau minat pembelian sebagai variabel Y (variabel dependen) pada produk Revlon. Pengujian ini menggunakan rencana penelitian kausalitas yang menghubungkan keadaan dan hasil logis dari faktor-faktor yang ditentukan untuk memahami dan menunjukkan bukti adanya hubungan sebab akibat antar variabel yang diuji.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan proses menguraikan variabel penelitian menjadi indikator, parameter pengukuran, dan skala tertentu. Hal ini bertujuan untuk memberikan batasan definisi, pedoman pelaksanaan penelitian, serta dasar penyusunan instrumen pengumpulan data sesuai kerangka konseptual penelitian. Berikut tabel yang menyajikan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Attitude Toward Social Media Influencer</i> Penilaian positif atau negatif audiens terhadap <i>influencer</i> , yang tercermin dari perilaku tertentu, misalnya melalui niat untuk terus mengikuti akun, merekomendasikan kepada orang lain, atau mengikuti rekomendasi <i>influencer</i> . <i>(Chetioui et al., 2020)</i>	<i>Behavioral Beliefs</i>	Tingkat keyakinan bahwa mengikuti <i>influencer</i> di media sosial membantu menemukan produk yang berkualitas.	Interval
		Tingkat pengaruh <i>influencer</i> di media sosial dalam menginspirasi untuk mencoba gaya hidup dan tren baru.	Interval
		Tingkat keyakinan bahwa <i>influencer</i> dapat membantu membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih produk.	Interval
		Tingkat keyakinan bahwa mengikuti <i>influencer</i> dapat memperluas pengetahuan tentang	Interval

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		berbagai merek dan produk.	
	<i>Evaluation Outcomes</i>	Tingkat penilaian terhadap pentingnya mendapatkan rekomendasi produk dari <i>influencer</i> yang terpercaya.	Interval
		Tingkat penilaian terhadap nilai informasi yang diberikan <i>influencer</i> dalam membantu pengambilan keputusan.	Interval
		Tingkat manfaat yang dihasilkan dari mengikuti <i>influencer</i> terhadap kehidupan sehari-hari.	Interval
<i>Purchase Intention</i> Dorongan untuk membeli sebuah produk atau merek tertentu yang didasarkan pada kesesuaian antara <i>purchase motives</i> dengan karakteristik merek yang sedang dipertimbangkan (<i>Juliana et al., 2022</i>)	<i>Transactional Interest</i>	Tingkat ketertarikan untuk membeli produk lipstik Revlon dari rekomendasi <i>influencer</i> .	Interval
		Tingkat perhatian terhadap merek Revlon setelah melihat rekomendasi <i>influencer</i> .	Interval
		Tingkat kemungkinan membeli lipstik Revlon dalam waktu dekat	Interval

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	<i>Referential Interest</i>	setelah melihat rekomendasi <i>influencer</i> .	
		Tingkat kesediaan dalam merekomendasikan produk lipstik Revlon kepada orang lain.	Interval
		Tingkat kesediaan dalam membagikan informasi seputar produk Revlon kepada orang lain.	Interval
	<i>Preferential Interest</i>	Tingkat kesediaan membagikan kembali ulasan dan informasi dari <i>influencer</i> tentang produk lipstik Revlon kepada orang lain.	Interval
		Tingkat kesesuaian produk lipstik Revlon dengan kebutuhan.	Interval
		Tingkat keyakinan untuk menjadikan Revlon sebagai pilihan utama dalam membeli lipstik.	Interval
		Tingkat kecenderungan untuk memilih Revlon dibandingkan merek lipstik lain.	Interval

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	<i>Exploratory Interest</i>	Tingkat kunjungan ke halaman toko Revlon untuk mencari informasi seputar merek Revlon.	Interval
		Tingkat kunjungan ke halaman produk untuk mencari informasi seputar produk lipstik Revlon.	Interval
		Tingkat ketertarikan mencari informasi tentang produk Revlon setelah melihat pengalaman yang dibagikan <i>influencer</i> .	Interval
		Tingkat ketertarikan untuk mencari tahu varian lain dari produk Revlon yang direkomendasikan <i>influencer</i> .	Interval

Penelitian ini mengukur variabel menggunakan skala interval dengan instrumen skala *semantic differential* 7 poin yang disusun dalam bentuk pernyataan dengan dua kutub makna yang berlawanan. Penggunaan skala *semantic differential* ini bertujuan untuk menangkap intensitas sikap atau penilaian subjektif responden terhadap suatu objek secara lebih sensitif dan terukur.

3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini bersumber dari dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan hasil dari kuisioner yang dibagikan sebagai sumber data primer.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah dipublikasikan atau tidak dipublikasikan oleh pihak lain, yang dikumpulkan dan digunakan oleh peneliti untuk mendukung penelitian. Data ini dapat berupa literatur, makalah, jurnal, maupun situs web di internet yang menyoroiti masalah yang relevan untuk penelitian ini

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	<i>Behavior in Purchasing Beauty Categories Report</i>	Sekunder	Insight Factory by SOCO
2.	Pertumbuhan Produk FMCG	Sekunder	Compas.co.id
3.	Potensi market size industri kosmetik	Sekunder	Kementerian Komunikasi dan Digital
4.	Total pendapatan industri kosmetik dalam kurun waktu 2021-2024	Sekunder	Statista

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
5.	Tren Pelaku Usaha Industri Kecantikan	Sekunder	Kementerian Perindustrian, Kementerian Komunikasi dan Digital
6.	Top Brand Index	Sekunder	Top Brand Award
7.	Hasil kuesioner penelitian <i>attitude toward social media influencer</i> terhadap <i>purchase intention</i> produk lipstik Revlon	Primer	Kuisisioner Penelitian

3.4.2 Jenis Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah berbagai cara yang diterapkan untuk memperoleh informasi atau data dari sumber-sumber terkait dan terbaru terkait fenomena yang diteliti dalam suatu penelitian, survei, atau kajian. Untuk mendapatkan data penelitian metode yang digunakan adalah:

1. Studi Literatur

Metode pengumpulan data ini melibatkan pengkajian berbagai sumber terkait penelitian, seperti buku, jurnal ilmiah, majalah, dan internet atau situs web sehingga mampu mendukung teori dan data lain yang terdapat dalam penelitian.

2. Kuisisioner

Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden yang memenuhi persyaratan penelitian, kemudian data tersebut akan diproses dan dianalisis. Dalam studi ini, peneliti menggunakan kuisisioner digital berbasis Google Form yang berisi sejumlah pernyataan tentang *attitude toward social media influencer* terhadap *purchase intention*.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi dalam penelitian kuantitatif adalah seluruh kelompok orang yang menjadi sasaran atau objek utama dalam penelitian. Populasi mencakup semua individu yang ingin ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Creswell & Creswell, 2023). Populasi yang menjadi target pada penelitian ini adalah individu yang telah mengikuti akun Instagram @revlonid dengan jumlah populasi sebanyak 205.000 pengikut pada Juni 2025.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang benar-benar diteliti atau dijadikan responden dalam survey (Creswell & Creswell, 2023). Populasi yang menjadi target pada penelitian ini adalah individu yang telah mengikuti akun Instagram @revlonid. Banyaknya sampel dihitung menggunakan rumus Isaac & Michael sebagai berikut:

Tabel 3.3
Tabel Perhitungan Sampel Isaac & Michael

N	Sampel			N	Sampel			N	Sampel		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2,800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3,000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3,500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4,000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4,500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5,000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6,000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7,000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8,000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9,000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10,000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15,000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20,000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30,000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40,000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50,000	655	346	269

Najmah Faatihah Azizah, 2025

FROM FEED TO CHECKOUT: PENGARUH ATTITUDE TOWARD SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK LIPSTIK REVLON

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

N	Sampel			N	Sampel			N	Sampel		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
90	79	72	68	700	341	233	195	75,000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100,000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150,000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200,000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250,000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300,000	662	348	270
140	116	100	92	1,000	399	258	213	350,000	662	348	270
150	122	105	97	1,100	414	265	217	400,000	662	348	270
160	129	110	101	1,200	427	270	221	450,000	663	348	270
170	135	114	105	1,300	440	275	224	500,000	663	348	270
180	142	119	108	1,400	450	279	227	550,000	663	348	270
190	148	123	112	1,500	460	283	229	600,000	663	348	270
200	154	127	115	1,600	469	286	232	650,000	663	348	270
210	160	131	118	1,700	477	289	234	700,000	663	348	270
220	165	135	122	1,800	485	292	235	750,000	663	348	270
230	171	139	125	1,900	492	294	237	800,000	663	348	270
240	176	142	127	2,000	498	297	238	850,000	663	348	270
250	182	146	130	2,200	510	301	241	900,000	663	348	271
260	187	149	133	2,400	520	304	243	950,000	663	348	271
270	192	152	135	2,600	529	307	245	1,000,000	663	348	271

Sumber: (Luhglatno et al., 2024)

Berdasarkan jumlah populasi dan tabel perhitungan sampel di atas, maka jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 347 sampel dengan mengambil taraf kesalahan 5%. Sampel diambil dari populasi individu yang telah mengikuti Instagram @revlonid.

3.5.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan pendekatan *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan sesuai pertimbangan peneliti. Penelitian ini menggunakan Google Form dan memanfaatkan media sosial dalam penyebaran kuesioner. Supaya responden relevan dengan penelitian, penarikan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan kriteria inklusi sebagai berikut:

1. Responden merupakan pengguna aktif makeup. Kriteria ini ditetapkan guna memperoleh persepsi dari konsumen yang memiliki ketertarikan terhadap produk

Najmah Faatihah Azizah, 2025

FROM FEED TO CHECKOUT: PENGARUH ATTITUDE TOWARD SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK LIPSTIK REVLON

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

lipstik Revlon, sehingga relevan dalam mengukur pengaruhnya terhadap *purchase intention* produk lipstick Revlon.

2. Responden telah mengikuti akun Instagram @revlonid. Penulis menetapkan kriteria ini untuk mengetahui apakah responden mengikuti perkembangan informasi seputar produk revlonid di media sosial Instagram, sehubungan dengan topik yang diteliti oleh penulis.
3. Responden pernah melihat konten *influencer* yang me-review/merekomendasikan lipstik Revlon di media sosial. Hal ini penting untuk memastikan bahwa responden memiliki paparan terhadap konten pemasaran yang melibatkan *influencer*, yang menjadi bagian dari variabel yang diteliti.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Dalam sebuah penelitian, diperlukan alat ukur yang tepat guna memperoleh data yang sesuai dengan isu yang sedang diteliti. Alat ukur ini berperan sebagai sarana evaluasi untuk menghasilkan data yang sejalan dengan tujuan penelitian. Instrumen tersebut kemudian diuji pada responden di luar sampel utama untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitasnya. Dua aspek penting yang harus dipenuhi agar instrumen pengumpulan data dianggap baik adalah validitas dan reliabilitas. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan data dari 30 responden sebagai sampel awal. Data yang terkumpul diolah menggunakan Microsoft Excel dan dianalisis menggunakan SEM PLS.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan aspek penting dalam suatu pengukuran, yang merujuk pada sejauh mana hasil pengukuran empiris mampu merepresentasikan makna sebenarnya dari konsep yang sedang diteliti. Suatu penelitian dianggap valid apabila data yang diperoleh sesuai dengan kondisi aktual yang terjadi pada objek penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi validitas masing-masing item dalam kuesioner yang diukur melalui nilai *outer loadings*. *Outer loadings* merupakan penilaian dari model pengukuran reflektif yang mencakup pengujian setiap indikator dan konstruk. Ukuran outer loading juga dikenal sebagai reliabilitas indikator karena

Najmah Faatihah Azizah, 2025

FROM FEED TO CHECKOUT: PENGARUH ATTITUDE TOWARD SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK LIPSTIK REVLON

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

menampilkan hasil pengujian ketergantungan item (validitas indikator). Berdasarkan Hair et al. (2022), ukuran refleksi individual ini dianggap tinggi jika indikator memiliki nilai lebih dari 0.708, meskipun dalam banyak kasus, 0,70 dianggap cukup dekat dengan 0,708 untuk dapat diterima. Berikut dengan konstruk yang diukur:

- a) Jika nilai *outer loadings* lebih besar atau sama dengan dari 0.708 (≥ 0.708), maka item pernyataan dianggap valid.
- b) Jika nilai *outer loadings* kurang dari 0.708 (< 0.708), maka item pernyataan dianggap tidak valid.

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas diskriminan menggunakan SmartPLS yang didapatkan:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

	<i>Attitude Toward Social Media Influencer</i>	<i>Purchase Intention</i>
AS1	0.820	
AS2	0.867	
AS3	0.909	
AS4	0.826	
AS5	0.910	
AS6	0.879	
AS7	0.780	
PI1		0.880
PI10		0.730
PI11		0.861
PI12		0.884
PI13		0.715
PI2		0.841
PI3		0.833
PI4		0.816
PI5		0.831
PI6		0.804
PI7		0.762
PI8		0.776
PI9		0.774

Berdasarkan data pada Tabel 3.4, hasil analisis terhadap seluruh item menunjukkan nilai *outer loadings* $> 0,7$ sehingga setiap item pertanyaan valid dapat

Najmah Faatihah Azizah, 2025

FROM FEED TO CHECKOUT: PENGARUH ATTITUDE TOWARD SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK LIPSTIK REVLON

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

digunakan dalam penelitian untuk mengukur pengaruh *attitude toward social media influencer* terhadap *purchase intention*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila pengukuran dilakukan lebih dari satu kali atau lebih dengan gejala dan alat ukur yang sama. Reliabilitas mengacu pada konsistensi instrumen pengukuran di mana penggunaan yang berulang pada objek yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dalam penelitian ini, akan digunakan rumus alpha Cronbach ($C\alpha$) sebagai metode statistik umum untuk menguji reliabilitas penelitian dengan mengukur keterkaitan antar indikator (Hair et al., 2022). Nilai Cronbach's Alpha antara 0,60–0,70 dianggap cukup untuk penelitian eksploratif, sedangkan 0,70–0,90 dipandang memuaskan. Selain itu, reliabilitas juga dilihat dari *Composite Reliability*, dengan nilai 0,60–0,70 dinilai baik dan 0,70–0,90 dianggap memuaskan. Adapun Pengujian validitas konvergen dilakukan melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE), yang menunjukkan rata-rata varians indikator yang dijelaskan oleh konstruk. Nilai AVE minimal 0,50 menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya (Hair et al., 2022).

Berikut ini adalah hasil dari uji reliabilitas menggunakan SmartPLS yang didapatkan:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
<i>Attitude Toward Social Media Influencer</i>	0.939	0.948	0.951	0.734
<i>Purchase Intention</i>	0.956	0.964	0.961	0.656

Berdasarkan *Tabel 3.5*, seluruh variabel dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha, ρ_A , dan *Composite Reliability* di atas 0,70, serta AVE di atas 0,50. Dengan demikian, instrumen penelitian ini memenuhi syarat reliabilitas dan validitas konvergen.

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subyek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis. Analisis data ini meliputi penyusunan data dalam bentuk tampilan yang menarik, terbaca secara lengkap, dan bentuk tampilan seperti frekuensi, gambar diagram, histogram, box atau kotak yang dipaparkan secara baik agar mudah dibaca.

Analisis ini dilakukan untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel yang diteliti. Hasil dari kuesioner penelitian diolah guna menentukan skor ideal. Penentuan skor ideal ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait performa tiap variabel dalam kuesioner, dengan cara membandingkan skor setiap item terhadap total skor yang diperoleh. Kuesioner terdiri dari sejumlah pernyataan yang masing-masing memiliki bobot tertentu, sehingga keberadaan skor ini mempermudah proses analisis secara rinci serta memberikan informasi yang relevan bagi peneliti. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan dengan mengolah data kuesioner melalui serangkaian langkah sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah skor kontinum (SK) dengan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK = Skor Kriteria

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

2. Mengkomparasikan jumlah skor yang diperoleh dari angket dengan jumlah skor kriteria untuk mendapatkan jumlah skor akhir menggunakan rumus:

$$\sum x_1 = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Keterangan:

X_i = Jumlah skor

$x_1 + x_2$ = Jumlah skor angket masing-masing responden

3. Melakukan pengelompokan daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan dengan menggunakan skala pengukuran yang menggunakan skala semantic differential yang menunjukkan pengukuran sikap yang terdiri dari satu garis kontinum di mana jawaban sangat positif terletak di sebelah kanan garis, sedangkan jawaban sangat negatif terletak di sebelah kiri garis, atau sebaliknya. Jawaban ini mencakup kategori tingkat sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Berikut adalah langkah-langkahnya:

4. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Tinggi : $SK = ST \times JB \times JR$

Rendah : $SK = SR \times JB \times JR$

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

5. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus:

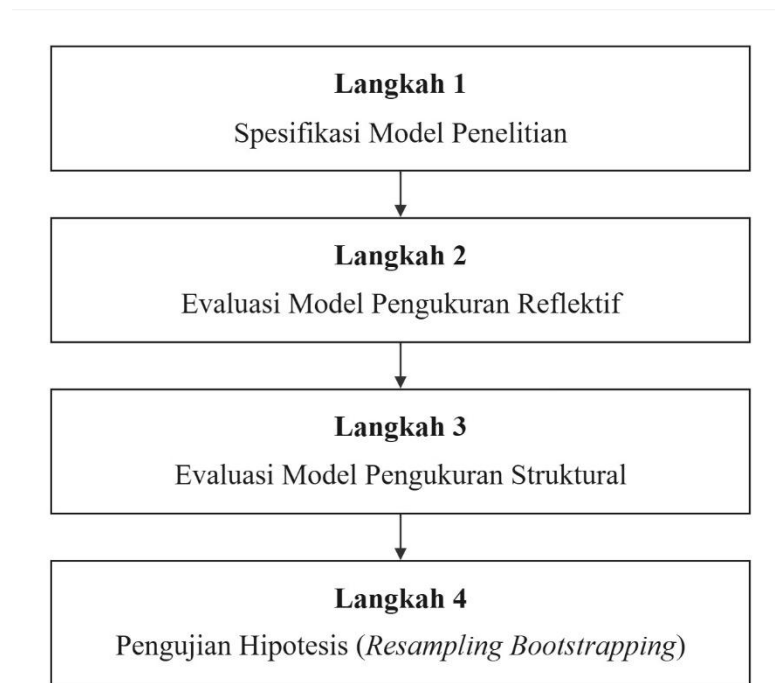
$$r = \frac{\text{Skor kontinum tinggi} - \text{Skor kontinum rendah}}{\text{Jumlah interval}}$$

6. Melakukan perbandingan hasil skor total dari setiap perhitungan variabel dengan antara skor total setiap variabel dengan parameter yang telah ditetapkan untuk mendapatkan gambaran antar variabel.

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

Setelah proses pengumpulan data selesai dilakukan, langkah berikutnya adalah melakukan analisis data. Tahapan ini bertujuan untuk memverifikasi keakuratan data yang diperoleh, sehingga dapat dilakukan evaluasi guna menarik kesimpulan yang mendukung pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Squares (PLS)*, yang berfungsi tidak hanya untuk menguji teori, tetapi juga efektif dalam melakukan prediksi. PLS merupakan salah satu metode dalam *Structural Equation Modeling (SEM)* yang memungkinkan pengujian model struktural dan model pengukuran secara simultan.

Sebagai metode statistik berbasis varian, PLS dirancang untuk mengatasi regresi berganda dan tidak bergantung pada asumsi distribusi data yang normal. Selain itu, metode ini dapat digunakan pada berbagai skala data dan tidak memerlukan ukuran sampel yang besar, menjadikannya fleksibel untuk berbagai jenis penelitian Hair et al. (2022). Model struktural digunakan untuk menguji hubungan antar variabel, sedangkan model pengukuran mengevaluasi validitas serta reliabilitas konstruk. Tahapan-tahapan dalam analisis PLS-SEM yang digunakan merujuk pada langkah-langkah yang dijelaskan oleh Hair et al. (2022), yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.1 Tahapan Pengujian PLS-SEM

1. Spesifikasi Model Penelitian

Pada tahap awal proyek penelitian yang menggunakan pendekatan SEM, langkah penting pertama adalah merancang diagram yang menggambarkan hipotesis penelitian serta menunjukkan secara visual hubungan antar variabel yang akan diteliti. Diagram ini disebut sebagai model jalur (*path model*). Model jalur (*path model*) terdiri dari dua komponen utama: (1) model struktural (dikenal sebagai inner model pada PLS-SEM), yang menggambarkan hubungan antar variabel laten, dan (2) model pengukuran (dikenal sebagai outer model pada PLS-SEM), yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dan ukurannya (yaitu indikatornya).

a. Model Pengukuran/Reflektif

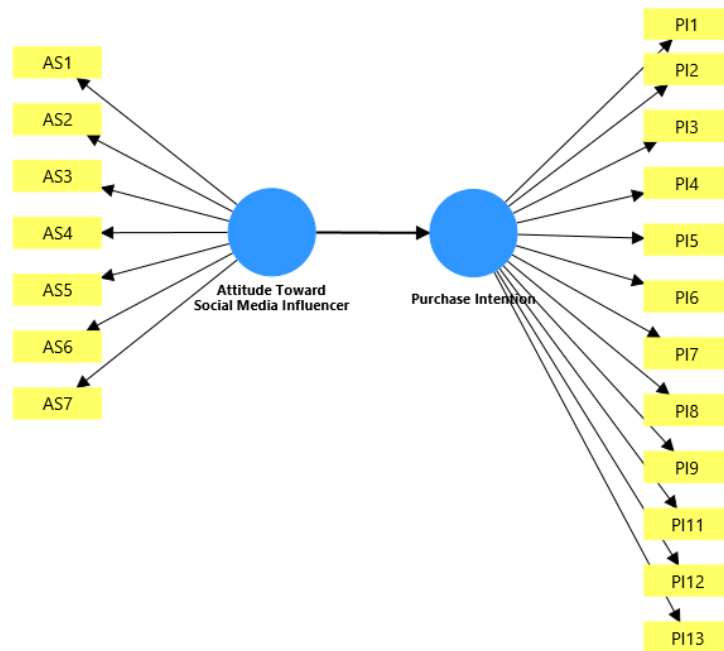
Model pengukuran menjelaskan hubungan antara konstruk laten dan indikator-indikator yang mengukurnya. Hubungan ini ditentukan berdasarkan teori pengukuran yang valid dan terpercaya, karena kualitas model pengukuran sangat memengaruhi akurasi hasil analisis PLS-SEM. Pengujian hipotesis

terhadap hubungan antar konstruk hanya dapat dianggap sah apabila model pengukuran secara jelas menjelaskan bagaimana setiap konstruk diukur. Dengan kata lain, validitas dan reliabilitas hasil analisis bergantung pada seberapa baik model pengukuran mencerminkan metode pengukuran konstruk secara teoritis dan empiris.

b. Model Struktural

Model struktural menggambarkan hubungan antara konstruk laten dalam penelitian, berdasarkan teori, logika, atau pengalaman empiris. Umumnya ditampilkan dari kiri ke kanan, dengan konstruk independen (prediktor) di sisi kiri dan konstruk dependen (hasil) di sisi kanan. Konstruk yang hanya bertindak sebagai prediktor disebut variabel laten eksogen, sedangkan konstruk yang dipengaruhi oleh konstruk lain disebut variabel laten endogen. Jika suatu konstruk memiliki peran ganda yaitu sebagai prediktor dan hasil, maka tetap dikategorikan sebagai endogen dan biasanya berada di tengah model. Hubungan antar konstruk divisualisasikan dengan panah ke arah kanan, menunjukkan bahwa konstruk di kiri memengaruhi konstruk di kanan. Hubungan ini dapat dianggap sebagai kausal jika didukung oleh teori yang kuat.

Berdasarkan kerangka konseptual dan paradigma penelitian, gambaran hubungan antara variabel dalam penelitian ini ditampilkan dalam *Gambar 3.2*.



Gambar 3.2 Model Penelitian

Sumber: Hasil Pengujian Data dengan SmartPLS

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

Evaluasi model pengukuran dengan indikator reflektif didasarkan pada nilai reliabilitas indikator, konsistensi internal reliabilitas, validitas konvergen, dan validitas diskriminan (Hair et al., 2022). Evaluasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan valid dan reliabel. Dalam perhitungannya, analisis juga mempertimbangkan prediksi setiap indikator terhadap variabel laten dengan memeriksa hal-hal berikut:

a. Outer Loadings

Langkah pertama dalam penilaian model pengukuran reflektif adalah memeriksa *outer loadings* pada indikator yaitu model yang dinilai dari korelasi antara skor item, komponen skor, dan skor konstruk yang dihitung dengan PLS. Uji tersebut dilakukan untuk mengukur konstruk reflektif sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat dari nilai *outer loading* dari masing-masing indikator per variabel. Oleh karena itu, standardized outer loading suatu

indikator, seperti yang disediakan oleh hasil PLS-SEM, haruslah 0,708 atau lebih tinggi. Dalam banyak kasus, 0,70 dianggap cukup dekat dengan 0,708 untuk dapat diterima dan jika dibawah itu lebih baik menghapus item.

b. Konsistensi Reliabilitas (*Consistency Reliability*)

Cara tradisional untuk mengukur konsistensi reliabilitas adalah Cronbach's alpha, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Cronbach's } \alpha = \left(\frac{M}{M-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^M s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Pada rumus ini, s_i^2 mewakili varians dari indikator variabel i dari konstruk tertentu, diukur dengan M indikator ($i = 1, \dots, M$), dan s_t^2 adalah varians dari jumlah semua M indikator dari konstruk tersebut. Salah satu kelemahan dari Cronbach's alpha adalah asumsinya bahwa semua indikator memiliki tingkat reliabilitas yang sama (yaitu, semua indikator memiliki bobot yang sama terhadap konstruk). Dalam PLS SEM, indikator-indikator diberi prioritas berdasarkan reliabilitas individu mereka yang berbeda. Oleh karena itu, mengingat keterbatasan Cronbach's alpha, secara teknis lebih tepat untuk menggunakan ukuran reliabilitas konsistensi internal yang berbeda, yang dikenal sebagai reliabilitas komposit, dirumuskan sebagai berikut:

$$\rho_c = \frac{(\sum_{i=1}^M l_i)^2}{(\sum_{i=1}^M l_i)^2 + \sum_{i=1}^M \text{var}(e_i)}$$

Dimana l_i melambangkan standardized outer loading dari variabel indikator i dari konstruk tertentu yang diukur dengan M indikator, e_i adalah *error* pengukuran variabel indikator i , dan $\text{var}(e_i)$ menunjukkan varians dari *error* pengukuran, yang didefinisikan sebagai $1 - l_i^2$. Secara khusus, rentang nilai antara 0,60 hingga 0,70 dapat diterima dalam penelitian eksplorasi, sedangkan pada tahap penelitian yang lebih lanjut, nilai antara 0,70 dan 0,95 dianggap memuaskan (Hair et al., 2022).

c. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen mengukur sejauh mana suatu ukuran berkorelasi positif dengan ukuran alternatif dari konstruk yang sama. Salah satu ukuran yang

umum digunakan untuk menetapkan validitas konvergen pada tingkat konstruk adalah *average variance extracted* (AVE).

$$AVE = \left(\frac{\sum_{i=1}^M l_i}{M} \right)$$

Dimana l_i melambangkan *standardized outer loading* dari variabel indikator i dari konstruk tertentu yang diukur dengan M indikator. Nilai AVE harus di atas 0,50, yang menunjukkan bahwa variabel laten mampu menggambarkan indikator indikatornya secara memadai (Hair et al., 2022).

d. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan adalah sejauh mana sebuah konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lain menurut standar empiris. Evaluasi dilakukan dengan memeriksa hubungan antara konstruk laten dan blok indikatornya. Validitas diskriminan pada penelitian ini diukur melalui nilai *Crossloading*, dimana nilai *crossloading* setiap indikator harus lebih tinggi dibandingkan dengan loading pada konstruk lain (Hair et al., 2022).

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah memverifikasi bahwa ukuran-ukuran konstruk tersebut reliabel dan valid, langkah berikutnya adalah mengevaluasi hasil dari model struktural. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa model yang dikembangkan kuat dan akurat. Untuk mengevaluasi model struktural dibutuhkan pengujian sebagai berikut: (1) menganalisis *Model Explanatory R-Square* (R^2), (2) menilai besaran serta signifikansi hubungan pada jalur struktural dari nilai *F-Square* (F^2), (3) mengukur relevansi prediktif melalui *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2), dan (5) mengevaluasi kelayakan model struktural secara keseluruhan dengan analisis *Goodness of Fit* (GoF).. Penjelasannya sebagai berikut:

a. Analisis Model *Explanatory R-Square* (R^2)

Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Perubahan nilai R -Square digunakan untuk menilai pengaruh substantif dari variabel laten

independen terhadap variabel laten dependen, yang dihitung sebagai kuadrat korelasi antara nilai aktual dan nilai prediksi dari konstruk endogen tertentu. Nilai R-Square sebesar 0,75, 0,50 dan 0,25 dianggap sebagai substansial, moderat, dan lemah secara berurutan (Hair et al., 2022).

b. Analisis F-Square (F^2)

Analisis F-Square (F^2) merupakan analisis untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan yang signifikan antar variabel. Dampak struktural variabel predictor dikatakan tinggi jika F-Square 0,35, sedang jika 0,15 dan kecil jika 0,02 (Hair et al., 2022). Rumus dari perhitungan F^2 adalah:

$$F^2 = \frac{R_{included}^2 - R_{excluded}^2}{1 - R_{included}^2}$$

$R_{included}^2$ dalam rumus ini adalah nilai R-Square dari variabel laten dependen saat variabel laten independen yang dipilih dimasukkan atau dikeluarkan dari model.

c. Analisis Q-Square *Predictive Relevance* (Q^2)

Analisis yang bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik nilai yang dihasilkan oleh model dan juga parameter-parameter prediktifnya. Statistik Q^2 diperoleh dari PLS *Predict* yang diukur menggunakan nilai Q-Square *Preict* ($Q_{predict}^2$), cara ini merupakan cara terbaru menggantikan stone geisser ataupun prosedur *blindfolding* berdasarkan (Hair et al., 2022). Jika nilai Q-Square > 0 maka memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan jika Q-Square < 0 maka nilai *predictive relevance* nya kurang baik.

d. Analisis *Goodness of Fit* (GoF)

Berbeda dengan SEM yang menggunakan kovariansi sebagai dasar analisisnya, dalam PLS-SEM, pengujian dilakukan secara manual karena tidak tersedia dalam hasil output dari SmartPLS. Pengujian ini dikembangkan untuk mengevaluasi model pengukuran dan structural serta memberikan metode yang sederhana untuk menilai keseluruhan dan prediksi model. Kategori nilai GoF