

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terhadap *Visit Intention* melalui *Destination Image* pada followers TikTok Saung Kebon alpuket sebagai destinasi *agroedutourism*. Penelitian ini melibatkan tiga variabel, yaitu *Influencer Marketing* sebagai variabel bebas (*independent variable/X*), *Destination Image* sebagai variabel perantara (*intervening variable/Z*), dan *Visit Intention* sebagai variabel terikat (*dependent variable/Y*). Menurut (Sekaran & Bougie, 2020), variabel dalam penelitian ini mengacu pada suatu nilai yang dapat bervariasi. Nilai-nilai ini bisa berbeda pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda, atau bisa berubah seiring waktu untuk objek yang sama.

Adapun subjek atau yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Saung Kebon alpuket yang tergabung dalam pengikut TikTok Saung Kebon alpuket

#### **3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk meneliti sampel dari populasi dengan mengumpulkan data berbentuk angka untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sekaran & Bougie, 2020).

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif eksplanatori digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel berdasarkan teori yang diajukan. Metode survei diterapkan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data dari responden melalui kuesioner elektronik yang disediakan melalui Machform. Kuesioner tersebut berisi pernyataan dan pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden. Dari segi waktu, pengumpulan data dilakukan dalam periode kurang dari satu tahun, dimulai pada Mei 2025, dengan menggunakan *cross-*

*sectional study*, yang berarti data dikumpulkan langsung dari sampel penelitian pada satu titik waktu (Sekaran & Bougie, 2020).

### 3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana atau skema yang digunakan untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran & Bougie, 2020). Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausal. Studi deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik dari objek, peristiwa, atau situasi yang diteliti. Sementara itu, penelitian kausal bertujuan untuk mengukur sejauh mana hubungan atau pengaruh antar variabel (Sekaran&Bougie,2020). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran pengaruh *Influencer Marketing* terhadap *Visit Intention* melalui *Destination Image* pada Saung Kebon alpuket sebagai destinasi *agroedutourism*, serta untuk mengukur sejauh mana hubungan antara ketiga variabel tersebut berdasarkan jawaban responden.

### 3.3 Operasional Variabel

Pengukuran variabel merupakan elemen penting dalam suatu penelitian. Proses operasionalisasi konsep adalah langkah untuk mengubah konsep yang bersifat abstrak menjadi bentuk yang dapat diukur secara konkret (Sekaran & Bougie, 2020). Pengukuran ini sangat diperlukan untuk mempermudah identifikasi hubungan antar variabel-variabel yang ada. Dengan demikian, peneliti dapat menentukan metode yang tepat untuk mengukur hubungan antara variabel yang masih bersifat konseptual dan memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Rincian operasional dari variabel (X), variabel (Z), dan variabel (Y) dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

| Variabel                                                                            | Dimensi                                                                                                                                                                                                                                                       | Ukuran                                                                                                                                              | Skala   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <i>Influencer Marketing</i><br>(Bakker, 2018; Seçilmiş et al., 2022a; Widodo, 2022) | Praktik pemasaran yang menggunakan ketenaran dan keahlian individu atau kelompok di platform media sosial untuk membangun kepercayaan, memengaruhi pandangan, dan mendorong keputusan pembelian dari pengikut mereka. (Bakker, 2018; Seçilmiş et al., 2022a). |                                                                                                                                                     |         |
|                                                                                     | <i>Credibility</i>                                                                                                                                                                                                                                            | Tingkat kepercayaan pengguna TikTok terhadap <i>Influencer</i> yang mempromosikan Saung Kebon alpuket.                                              | Ordinal |
|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                               | Tingkat reputasi <i>Influencer</i> yang mempromosikan Saung Kebon alpuket dalam <i>video</i> TikTok.                                                |         |
|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                               | Tingkat pemahaman <i>Influencer</i> terhadap Saung Kebon alpuket yang dipromosikan dalam <i>video</i> TikTok.                                       |         |
|                                                                                     | <i>Authenticity</i>                                                                                                                                                                                                                                           | Tingkat konsistensi nilai-nilai yang disampaikan oleh <i>Influencer</i> terkait Saung Kebon alpuket yang dipromosikan.                              | Ordinal |
|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                               | Tingkat keaslian interaksi antara <i>Influencer</i> dan pengikut di kolom komentar <i>video</i> TikTok yang berhubungan dengan Saung Kebon alpuket. |         |
|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                               | Tingkat transparansi <i>Influencer</i> dibayar atau tidak pada pembuatan konten <i>video</i> TikTok Saung Kebon Alpuket                             |         |
|                                                                                     | <i>Attractiveness</i>                                                                                                                                                                                                                                         | Tingkat kemenarikan jumlah pengikut pada akun tiktok <i>Influencer</i>                                                                              | Ordinal |
|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                               | Tingkat kemenarikan dan like <i>Influencer</i> dengan followers di setiap nya                                                                       |         |
|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                               | Tingkat kemenarikan tinggi dan rendahnya comment pada akun TikTok <i>Influencer</i> mampu menarik perhatian                                         |         |
| <i>Destination Image</i>                                                            | <i>Destination Image</i> merujuk pada hasil dari persepsi, sikap, dan gambaran mental individu mengenai suatu destinasi pariwisata,                                                                                                                           |                                                                                                                                                     |         |

| Variabel                                                                | Dimensi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Ukuran                                                                                                                                                        | Skala   |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| (Gaffar et al., 2022)                                                   | yang terbentuk baik melalui pengalaman langsung maupun tidak langsung dengan destinasi tersebut. Citra destinasi mencerminkan pandangan individu terhadap berbagai atribut fisik, sosial, budaya, dan lingkungan dari destinasi, yang selanjutnya dapat memengaruhi minat, kepuasan, dan niat konsumen untuk mengunjungi destinasi tersebut. (Akgün et al., 2020) |                                                                                                                                                               |         |
|                                                                         | <i>Cognitive Destination Image</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Tingkat pengetahuan anda terhadap lokasi objek wisata pada <i>video</i> Saung kebon alpuket                                                                   | Ordinal |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Tingkat pengetahuan anda terhadap daya tarik di objek wisata pada <i>video</i> Saung kebon alpuket                                                            |         |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Tingkat pengetahuan anda terhadap fasillitas objek wisata pada <i>video</i> Saung kebon alpuket                                                               |         |
|                                                                         | <i>Affective Destination Image</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Tingkat perasaan atau sensasi yang ditimbulkan saat melihat gambar atau memikirkan objek wisata yang terdapat dalam <i>video</i> tiktok Saung kebon alpuket . | Ordinal |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Tingkat rasa ingin tahu saat melihat gambar atau memikirkan objek wisata yang terdapat dalam <i>video</i> Saung kebon alpuket                                 |         |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Tingkat antusias terhadap wisata Saung Kebon alpuket berdasarkan melihat video TikTok                                                                         |         |
| <i>Visit Intention</i><br>(Gaffar et al., 2022; Seçilmiş et al., 2022a) | Intensi kunjungan merujuk pada niat seseorang untuk melakukan perjalanan atau mengunjungi suatu destinasi, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi, persepsi nilai, dan harapan yang terkait dengan pengalaman wisata tersebut. (Gaffar et al., 2022)                                                                                                         |                                                                                                                                                               |         |
|                                                                         | <i>Future Visit</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Tingkat minat untuk berkunjung kepada destinasi wisata Saung kebon alpuket                                                                                    | Ordinal |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Tingkat antusiasme dalam merencanakan kunjungan ke Saung Kebon alpuket                                                                                        |         |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Tingkat kesiapan Anda untuk mengatur jadwal kunjungan ke Saung Kebon alpuket dalam waktu dekat                                                                |         |

| Variabel | Dimensi                    | Ukuran                                                                                                                                     | Skala   |
|----------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|          | <i>Future Choice</i>       | Tingkat kesediaan tamu untuk memasuki destinasi wisata Saung kebon alpuket tersebut sebagai pilihan dimasa yang akan datang                | Ordinal |
|          |                            | Tingkat kemauan merekomendasikan Saung Kebon alpuket kepada teman atau keluarga sebagai destinasi wisata alternatif                        |         |
|          |                            | Tingkat kepercayaan Anda bahwa Saung Kebon alpuket akan memberikan pengalaman wisata yang memuaskan di masa depan                          |         |
|          | <i>Preferential Choice</i> | Tingkat kemungkinan untuk memilih destinasi wisata Saung kebon alpuket tersebut bila dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya          | Ordinal |
|          |                            | Tingkat preferensi terhadap Saung Kebon alpuket berdasarkan daya tarik yang Anda lihat dalam video TikTok                                  |         |
|          |                            | Tingkat ketertarikan Anda untuk memilih Saung Kebon alpuket sebagai destinasi utama dibandingkan destinasi wisata lain di daerah yang sama |         |

Dalam pengukuran instrumen penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran ordinal dengan instrumen skala Likert. Skala ordinal digunakan untuk menunjukkan perbedaan antara kategori yang ada dengan mengurutkan kategori-kategori tersebut. Preferensi responden akan diukur menggunakan skala Likert, yang menilai sejauh mana responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan tertentu. Skala ini terdiri dari lima poin: 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Netral), 4 (Setuju), dan 5 (Sangat Setuju) (Sekaran & Bougie, 2020).

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

| <b>Sangat Tidak Setuju</b> | <b>Tidak Setuju</b> | <b>Netral</b> | <b>Setuju</b> | <b>Sangat Setuju</b> |
|----------------------------|---------------------|---------------|---------------|----------------------|
| <b>1</b>                   | <b>2</b>            | <b>3</b>      | <b>4</b>      | <b>5</b>             |

Sumber: (Sekaran & Bougie, 2020)

### **3.4 Jenis, Sumber dan Teknik pengumpulan data**

#### **3.4.1 Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu informasi yang disajikan dalam bentuk angka atau keterangan yang dapat diukur dan dihitung secara langsung. Data tersebut diperoleh dari dua sumber utama, yaitu data primer yang dikumpulkan langsung oleh peneliti, dan data sekunder yang sudah tersedia sebelumnya (Sekaran & Bougie, 2020). Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai kedua jenis data tersebut:

Data Primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari objek penelitian (Hikmawati, 2020). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui angket atau kuesioner yang disebarakan menggunakan platform online, yaitu Machform.

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian (Hikmawati, 2020). Data sekunder ini diperoleh dari berbagai literatur yang relevan, seperti artikel jurnal, e-book, situs internet, dan buku yang terkait dengan topik penelitian ini.

**Tabel 3. 3 Jenis dan Sumber Data**

| <b>No</b> | <b>Data Penelitian</b>                                                   | <b>Jenis Data</b> | <b>Sumber Data</b>            |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------|
| 1.        | Persentase pengunjung asing dan domestik menurut jenis daya tarik wisata | Sekunder          | (Badan Pusat Statistik, 2023) |

| No  | Data Penelitian                                                                  | Jenis Data | Sumber Data                   |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------|
| 2.  | Perkembangan Jumlah Objek Daya Tarik Wisata Komersial di Indonesia, 2019-2023    | Sekunder   | (Badan Pusat Statistik, 2023) |
| 3.  | Persentase Objek Daya Tarik Wisata Komersial Menurut Jenis Daya Tarik Wisata     | Sekunder   | (Badan Pusat Statistik, 2023) |
| 4.  | Pra Penelitian Wisata Alam Yang Paling di Minati                                 | Primer     | Responden                     |
| 5.  | Jumlah Pengunjung 6 Bulan Terakhir Saung Kebon Alpuket                           | Sekunder   | (Saung Kebon Alpuket, 2025)   |
| 6.  | Persentase Sarana Promosi Yang Digunakan pada Objek Daya Tarik Wisata Komersial. | Sekunder   | (Badan Pusat Statistik, 2023) |
| 7.  | Hasil Analisis <i>Thematic Map</i> Pada Bibliometrix                             | Primer     | (R Studio)                    |
| 8.  | Kuesioner Penelitian <i>Influencer Markerting</i>                                | Primer     | Responden                     |
| 9.  | Kuesioner Penelitian <i>Destination Image</i>                                    | Primer     | Responden                     |
| 10. | Kuesioner Penelitian <i>Visit Intention</i>                                      | Primer     | Responden                     |

### 3.4.2 Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2020). Untuk mendapatkan data yang komprehensif, metode yang digunakan adalah :

#### 1. Kuisisioner/Angket

Angket, juga disebut kuisisioner, adalah alat pengumpulan data yang memberikan daftar pertanyaan kepada orang lain berdasarkan kriteria yang memungkinkan mereka untuk memberikan respons yang relevan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi lengkap tentang masalah dari responden, sehingga mereka tidak perlu cemas dengan jawaban yang tidak sesuai dengan pertanyaan.

## 2. Studi literatur atau dokumentasi,

Studi literatur ini memungkinkan pengumpulan data dengan mengunjungi lokasi penelitian secara langsung atau dengan membaca buku atau dokumentasi yang relevan dengan penelitian.

### 3.5 Populasi, sampel dan teknik penarikan sampel

#### 3.5.1 Populasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2020) populasi merujuk pada wilayah yang dapat digeneralisasi, yang mencakup seluruh kelompok orang, peristiwa, atau objek tertentu yang ingin diteliti oleh peneliti. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah seluruh pengikut akun Tiktok @Saung Kebon Kebon alpuket, yang pada tanggal 14 Mei 2025 berjumlah sekitar 6 ribu pengikut.

#### 3.5.2 Sampel

Menurut (Sekaran & Bougie, 2020), sampel merujuk pada sebagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah teknik purposive random sampling, sampel dipilih berdasarkan pertimbangan khusus terkait dengan karakteristik tertentu. Adapun kriterianya adalah :

1. Pengikut tiktok @SaungKebonAlpuket
2. Pernah berkunjung ke Saung Kebon alpuket

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada panduan dari (Hair et al., 2019), yang menyatakan bahwa jumlah sampel dapat ditentukan berdasarkan perkalian antara jumlah indikator dengan angka 5 hingga 10. Oleh karena itu, jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan jumlah indikator yang digunakan, sehingga memenuhi standar minimum untuk analisis menggunakan metode PLS-SEM.

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

$$\text{Sampel} = 22 \times 10$$

$$\text{Sampel} = 220$$



Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus (Hair et al., 2019), jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 220 responden. Perhitungan ini dilakukan dengan mempertimbangkan populasi sebanyak 6.000 pengikut akun Tiktok Saung Kebon Alpuket. Dengan demikian, ukuran sampel yang ditentukan sudah cukup representatif untuk mewakili populasi yang ada.

### **3.5.3 Teknik penarikan Sampel**

Tujuan teknik penarikan sampel adalah untuk menggeneralisasikan populasi dengan menggunakan pengamatan sampel. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan sebagian dari kelompok yang cukup besar untuk menjadi dasar untuk membuat kesimpulan yang benar-benar representative. Pertanyaan yang diberikan kepada kelompok kecil dari kelompok besar akan membantu memahami kelompok kecil secara lebih mendalam. (Stratton, 2023; Wang, 2024).

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling. Pengambilan non-probability sampling berarti bahwa setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019). Teknik non-probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, responden dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, yaitu pengikut akun tiktok @saungkebonalpuket dan pernah berkunjung ke Saung Kebon alpuket serta memenuhi kriteria tertentu sebagai target penelitian (Sugiyono, 2019).

### **3.6 Uji Instrumen penelitian**

Dalam penelitian, diperlukan instrumen yang tepat untuk mengumpulkan data yang relevan dengan masalah yang diteliti. Instrumen ini berfungsi sebagai alat untuk mengevaluasi dan menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sebelum digunakan pada sampel utama, instrumen penelitian diuji pada responden

yang tidak termasuk dalam sampel untuk mendapatkan gambaran mengenai validitas dan reliabilitasnya. Dua kriteria utama yang harus dipenuhi untuk mendapatkan instrumen pengumpulan data yang baik adalah validitas dan reliabilitas. Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan sampel pendahuluan sebanyak 32 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel dan dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak Winstep versi 3.72 serta dianalisis melalui Rasch Model. Rasch Model merupakan metode yang paling tepat untuk analisis dasar dalam bidang ilmu-ilmu sosial dan humaniora di mana instrumen seperti kuesioner digunakan (Miftahuddin et al., 2020)

### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2020), pengujian validitas instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa setiap *item* dalam instrumen mampu secara efektif mengukur variabel yang dituju. Proses ini merupakan tahap awal dalam memahami bagaimana instrumen berfungsi secara keseluruhan, dengan menyoroti interaksi antara subjek (responden) dan butir pertanyaan dalam skala atau tes. Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana setiap *item* dalam kuesioner dapat memberikan pengukuran yang sah. Dalam proses evaluasi ini, perhatian difokuskan pada tiga indikator utama, yaitu *Outfit Mean Square* (MNSQ), *Outfit Z-Standard* (ZSTD), dan *Point Measure Correlation* (Pt Mean Corr). Kriteria penilaian mengacu pada pedoman dari (Sari & Mahmudi, 2024), sebagai berikut:

- a) *Outfit Mean Square* (MNSQ) yang diterima berada dalam rentang 0.5 hingga 1.50, yang berfungsi untuk menguji sejauh mana konsistensi jawaban responden terhadap tingkat kesulitan masing-masing *item*.
- b) *Outfit Z-Standard* (ZSTD) yang diterima berada antara -2 hingga 2, yang digunakan untuk mendeteksi apakah suatu *item* merupakan outlier, tidak

relevan, atau memiliki tingkat kesulitan yang tidak sesuai dengan ekspektasi model.

- c) *Point Measure Correlation* (Pt Mean Corr) yang diterima berada dalam rentang 0.4 hingga 0.85, yang menunjukkan seberapa baik *item* tersebut mengukur variabel yang diinginkan secara konsisten tanpa menimbulkan kebingungan atau perbedaan persepsi di antara *item* lain.

Apabila suatu *item* memenuhi minimal dua dari ketiga kriteria tersebut, maka *item* tersebut dinyatakan valid sebagai pengukur kemampuan atau variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil pengujian validitas terhadap 24 *item* yang melibatkan 30 responden, diperoleh temuan sebagai tabel 3.4 berikut:

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas**

| ENTRY<br>NUMBER | TOTAL<br>SCORE | TOTAL<br>COUNT | MEASURE | MODEL<br>S.E. | INFIT<br>MNSQ ZSTD | OUTFIT<br>MNSQ ZSTD | PT-MEASURE<br>CORR. EXP. | EXACT MATCH<br>OBS% EXP% | Item |
|-----------------|----------------|----------------|---------|---------------|--------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|------|
| 24              | 102            | 30             | 1.65    | .34           | 2.48 4.1           | 2.44 3.8            | .23 .53                  | 46.7 66.2                | DI6  |
| 19              | 108            | 30             | 1.01    | .32           | 1.12 .5            | 1.13 .6             | .10 .55                  | 56.7 60.9                | DI1  |
| 23              | 110            | 30             | .81     | .32           | 1.05 .3            | 1.02 .2             | .53 .56                  | 56.7 59.6                | DI5  |
| 16              | 113            | 30             | .51     | .31           | 1.40 1.6           | 1.36 1.4            | .44 .56                  | 63.3 57.4                | IM7  |
| 10              | 114            | 30             | .41     | .31           | .80 -.9            | .77 -1.0            | .78 .56                  | 50.0 57.2                | IM1  |
| 14              | 114            | 30             | .41     | .31           | 1.19 .9            | 1.17 .8             | .42 .56                  | 43.3 57.2                | IM5  |
| 9               | 115            | 30             | .32     | .31           | .63 -1.8           | .61 -1.9            | .80 .56                  | 63.3 56.3                | I9   |
| 22              | 116            | 30             | .22     | .31           | 1.20 .9            | 1.16 .7             | .46 .56                  | 60.0 56.7                | DI4  |
| 15              | 117            | 30             | .13     | .31           | .81 -.8            | .78 -1.0            | .71 .56                  | 63.3 56.9                | IM6  |
| 17              | 117            | 30             | .13     | .31           | .87 -.5            | .86 -.6             | .68 .56                  | 56.7 56.9                | IM8  |
| 7               | 119            | 30             | -.06    | .31           | .84 -.6            | .81 -.8             | .76 .56                  | 50.0 57.0                | I7   |
| 11              | 119            | 30             | -.06    | .31           | .63 -1.8           | .62 -1.8            | .76 .56                  | 63.3 57.0                | IM2  |
| 5               | 120            | 30             | -.16    | .31           | 1.14 .7            | 1.18 .8             | .56 .56                  | 40.0 56.8                | I5   |
| 13              | 120            | 30             | -.16    | .31           | .94 -.2            | .95 -.1             | .54 .56                  | 46.7 56.8                | IM4  |
| 18              | 120            | 30             | -.16    | .31           | .62 -1.9           | .64 -1.7            | .61 .56                  | 66.7 56.8                | IM9  |
| 4               | 121            | 30             | -.25    | .31           | 1.37 1.5           | 1.32 1.3            | .51 .56                  | 53.3 57.4                | I4   |
| 8               | 122            | 30             | -.35    | .31           | .93 -.2            | .89 -.4             | .75 .56                  | 60.0 58.1                | I8   |
| 1               | 123            | 30             | -.45    | .31           | .53 -2.4           | .57 -2.1            | .62 .56                  | 80.0 58.2                | I1   |
| 2               | 123            | 30             | -.45    | .31           | 1.03 .2            | 1.07 .4             | .45 .56                  | 70.0 58.2                | I2   |
| 6               | 123            | 30             | -.45    | .31           | .89 -.4            | .87 -.5             | .47 .56                  | 60.0 58.2                | I6   |
| 3               | 124            | 30             | -.54    | .31           | .92 -.3            | .94 -.2             | .37 .56                  | 63.3 59.5                | I3   |
| 12              | 126            | 30             | -.74    | .32           | 1.42 1.7           | 1.88 3.0            | .38 .56                  | 63.3 61.0                | IM3  |
| 21              | 127            | 30             | -.84    | .32           | .76 -1.0           | .72 -1.2            | .74 .55                  | 73.3 61.8                | DI3  |
| 20              | 128            | 30             | -.94    | .32           | .60 -1.9           | .58 -1.9            | .73 .55                  | 76.7 62.2                | DI2  |
| MEAN            | 118.4          | 30.0           | .00     | .31           | 1.01 -.1           | 1.01 -.1            |                          | 59.4 58.5                |      |
| S.D.            | 6.1            | .0             | .59     | .01           | .40 1.4            | .42 1.5             |                          | 9.9 2.3                  |      |

Sumber : Hasil Pengujian Data dengan Winstep

Dari 24 *item* soal, terdapat 2 butir soal yang tidak valid yaitu *item* DI6 dan IM3 karena tidak memenuhi minimal 2 kriteria nilai dari MNSQ, ZSTD, dan Pt Mean Corr. Artinya pertanyaan tidak layak digunakan untuk mengukur

variable dari penelitian ini. Sedangkan hasil pengujian 22 *item* lainnya dikatakan valid seperti terlihat pada Tabel 3.4.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu alat ukur menunjukkan sejauh mana alat tersebut bebas dari kesalahan (bias) dan dapat memberikan hasil yang konsisten baik dari waktu ke waktu maupun di berbagai *item* dalam instrumen. Hal ini mencerminkan stabilitas dan konsistensi dalam mengukur suatu konsep, serta membantu menilai sejauh mana ukuran tersebut akurat (Sekaran & Bougie, 2020). Proses ini bertujuan untuk mendeteksi ketidak jelasan, pertanyaan yang disampaikan dengan kurang tepat, pilihan yang membingungkan, serta memastikan bahwa instruksi kepada responden telah dijelaskan dengan jelas.

Dalam hasil Rasch Model menggunakan *software* Winstep 3.72, reliabilitas dapat dievaluasi melalui statistik ringkasan yang memberikan informasi komprehensif mengenai kualitas pola respons (*person*), kualitas instrumen (*item*), dan interaksi antara individu responden dan *item* instrumen.

Kriteria untuk menganalisis instrumen pada *summary statistic* diambil dari (Sari & Mahmudi, 2024) yaitu sebagai berikut :

- a) Nilai logit *Person Measure* menunjukkan rata-rata nilai seluruh responden dalam menyelesaikan butir-butir *item* yang diberikan. Nilai rata-rata yang lebih rendah dari nilai logit 0,0 mengindikasikan kecenderungan abilitas responden yang lebih rendah dibandingkan dengan tingkat kesulitan *item*.
- b) *Alpha Cronbach* digunakan untuk mengukur reliabilitas, yaitu interaksi antara individu responden dan *item* secara keseluruhan dengan kriteria sebagai berikut:
  - 1)  $<0,5$  = Buruk
  - 2)  $0,5 - 0,6$  = Jelek
  - 3)  $0,6 - 0,7$  = Cukup
  - 4)  $0,7 - 0,8$  = Bagus

- 5)  $>0,8$  = Bagus Sekali
- c) Nilai *person reliability* dan *item reliability* mencerminkan konsistensi jawaban responden dan kualitas setiap *item* dalam instrumen, dengan kriteria sebagai berikut :
- 1)  $<0,67$  = Lemah
  - 2)  $0,67 - 0,80$  = Cukup
  - 3)  $0,81 - 0,90$  = Bagus
  - 4)  $0,91 - 0,94$  = Bagus Sekali
  - 5)  $>0,94$  = Istimewa

Berikut tabel 3.5 hasil analisis instrumen pada bagian *summary statistic* :

**Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas**

| SUMMARY OF 30 MEASURED Person                                    |             |         |         |             |       |                    |             |      |
|------------------------------------------------------------------|-------------|---------|---------|-------------|-------|--------------------|-------------|------|
|                                                                  | TOTAL SCORE | COUNT   | MEASURE | MODEL ERROR | INFIT |                    | OUTFIT      |      |
|                                                                  |             |         |         |             | MNSQ  | ZSTD               | MNSQ        | ZSTD |
| MEAN                                                             | 94.7        | 24.0    | 1.68    | .35         | 1.00  | -.1                | 1.01        | .0   |
| S.D.                                                             | 9.5         | .0      | 1.16    | .03         | .38   | 1.4                | .39         | 1.4  |
| MAX.                                                             | 113.0       | 24.0    | 4.04    | .45         | 1.83  | 2.8                | 1.83        | 2.7  |
| MIN.                                                             | 73.0        | 24.0    | -1.29   | .33         | .35   | -3.4               | .36         | -3.3 |
| REAL RMSE                                                        | .38         | TRUE SD | 1.10    | SEPARATION  | 2.89  | Person RELIABILITY |             | .89  |
| MODEL RMSE                                                       | .35         | TRUE SD | 1.10    | SEPARATION  | 3.12  | Person RELIABILITY |             | .91  |
| S.E. OF Person MEAN = .22                                        |             |         |         |             |       |                    |             |      |
| Person RAW SCORE-T0-MEASURE CORRELATION = 1.00                   |             |         |         |             |       |                    |             |      |
| CRONBACH ALPHA (KR-20) Person RAW SCORE "TEST" RELIABILITY = .91 |             |         |         |             |       |                    |             |      |
| SUMMARY OF 24 MEASURED Item                                      |             |         |         |             |       |                    |             |      |
|                                                                  | TOTAL SCORE | COUNT   | MEASURE | MODEL ERROR | INFIT |                    | OUTFIT      |      |
|                                                                  |             |         |         |             | MNSQ  | ZSTD               | MNSQ        | ZSTD |
| MEAN                                                             | 118.4       | 30.0    | .00     | .31         | 1.01  | -.1                | 1.01        | -.1  |
| S.D.                                                             | 6.1         | .0      | .59     | .01         | .40   | 1.4                | .42         | 1.5  |
| MAX.                                                             | 128.0       | 30.0    | 1.65    | .34         | 2.48  | 4.1                | 2.44        | 3.8  |
| MIN.                                                             | 102.0       | 30.0    | -.94    | .31         | .53   | -2.4               | .57         | -2.1 |
| REAL RMSE                                                        | .34         | TRUE SD | .49     | SEPARATION  | 1.46  | Item               | RELIABILITY | .68  |
| MODEL RMSE                                                       | .31         | TRUE SD | .51     | SEPARATION  | 1.62  | Item               | RELIABILITY | .72  |
| S.E. OF Item MEAN = .12                                          |             |         |         |             |       |                    |             |      |

Sumber : Hasil Pengujian Data dengan Winstep

- 1) *Person Measure* dengan nilai 1,68 logit menunjukkan bahwa rata-rata nilai seluruh responden dalam menyelesaikan butir-butir *item* yang diberikan lebih tinggi dari nilai logit 0,0 pada *item measure*, menunjukkan kecenderungan responden untuk menjawab dengan skor tinggi pada berbagai *item*.
- 2) *Alpha Cronbach* yang diperoleh sebesar 0,91 menunjukkan bahwa interaksi antara individu responden dan butir-butir *item* secara keseluruhan termasuk dalam kategori "bagus sekali".
- 3) Hasil uji reliabilitas instrumen menunjukkan reliabilitas *item* (kuisisioner respon) sebesar 0,72 yang berada dalam kategori "cukup", menunjukkan bahwa kualitas *item* dalam instrumen layak digunakan untuk mengungkap ketiga variabel yang diteliti.
- 4) Hasil uji reliabilitas person sebesar 0,91 berada dalam kategori "sangat baik", menunjukkan bahwa konsistensi responden dalam memilih pernyataan sudah sangat baik

### 3.7 Rancangan Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang diperoleh dari responden sesuai dengan keadaan sebenarnya, tanpa berusaha untuk menggeneralisasi atau menyimpulkan untuk populasi yang lebih luas (Hikmawati, 2020). Tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel yang diteliti. Data yang diperoleh dari responden diolah dengan memberikan skor pada setiap *item*, kemudian dihitung untuk memperoleh hasil yang ideal dari kuesioner.

Penetapan skor ideal bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai kinerja setiap variabel dalam kuesioner, di mana skor setiap *item* dibandingkan dengan total skor yang diperoleh. Kuesioner terdiri dari berbagai pernyataan

yang masing-masing memiliki bobot, sehingga penentuan skor ini sangat penting untuk mempermudah analisis mendalam dan memberikan informasi yang relevan bagi peneliti. Berikut adalah rumus yang digunakan dalam penetapan skor ideal:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

Langkah selanjutnya adalah pembuatan garis kontinum yang dibagi menjadi lima tingkatan: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Garis kontinum ini dirancang untuk membandingkan skor total pada setiap variabel, sehingga dapat memberikan gambaran yang menyeluruh tentang variabel-variabel yang diteliti. Berikut adalah langkah-langkah dalam pembuatan garis kontinum:

- a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Skor Kontinum Tertinggi : **ST x JB x JR**

Skor Kontinum Terendah : **SR x JB x JR** Keterangan:

ST = Skor Tertinggi

SR = Skor Terendah

JB = Jumlah Butir Pernyataan

R = Jumlah Responden

- b. Menghitung perbedaan antara skor kontinum dari masing-masing tingkatan menggunakan rumus:

$$R = \frac{\text{Skor Kontinum Tertinggi} - \text{Skor Kontinum Terendah}}{\text{Jumlah Interval}}$$

- c. Menentukan posisi garis kontinum dan daerah letak skor hasil penelitian, serta menghitung persentase posisi skor hasil penelitian dalam garis kontinum (Skor/Skor maksimal x 100%).

|               |        |        |        |               |
|---------------|--------|--------|--------|---------------|
| Sangat Rendah | Rendah | Netral | Tinggi | Sangat Tinggi |
|---------------|--------|--------|--------|---------------|

- d. Membandingkan hasil skor total dari setiap perhitungan variabel dengan parameter diatas untuk mendapatkan gambaran antar variabel .

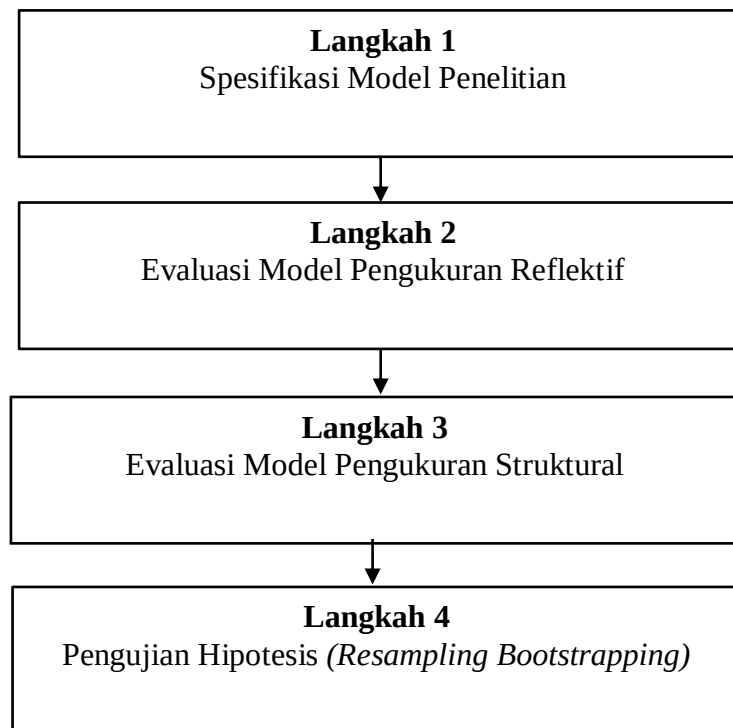
### 3.7.2 Analisis *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah analisis data. Pada tahap ini, dilakukan verifikasi untuk memastikan akurasi data yang ada, sehingga hasilnya dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang mendukung hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini, berbagai variabel akan dianalisis dengan menggunakan teknik *Partial Least Squares* (PLS). PLS tidak hanya digunakan untuk menguji teori, tetapi juga sebagai metode yang lebih efektif untuk tujuan prediksi.

PLS adalah salah satu jenis analisis *structural equation modeling* (SEM) yang digunakan untuk menguji model, pengukuran, dan pengujian model secara bersamaan. PLS memiliki asumsi bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan merupakan metode statistik berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan regresi berganda. Model struktural digunakan untuk menguji hubungan kausal, sementara metode pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas (Hair et al., 2022). Teknik PLS-SEM merupakan metode analisis yang dapat diterapkan pada semua jenis skala data, tidak memerlukan banyak asumsi, dan juga tidak membutuhkan sampel yang besar (Hair et al., 2022). Alat bantu yang digunakan dalam analisis ini adalah *software Smart PLS 3.2.9* untuk *MacOs*.

Analisis ini menggunakan metode PLS-SEM yang mengikuti tahapan-tahapan yang diambil dan disesuaikan berdasarkan buku (Hair et al., 2022). Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:





Sumber: (Hair et al., 2022)

**Gambar 3. 1 Tahapan Pengujian PLS-SEM**

## 1. Spesifikasi Model Penelitian

Pada tahap awal penelitian yang menggunakan SEM, langkah pertama yang penting adalah membuat diagram yang menggambarkan hipotesis penelitian serta secara visual menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti. Diagram ini disebut sebagai model jalur (*path model*). Model jalur terdiri dari dua elemen utama: (1) model struktural (atau *inner model* dalam PLS-SEM), yang menggambarkan hubungan antara variabel laten, dan (2) model pengukuran/reflektif (atau *outer model* dalam PLS-SEM), yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dan indikator-indikatornya.

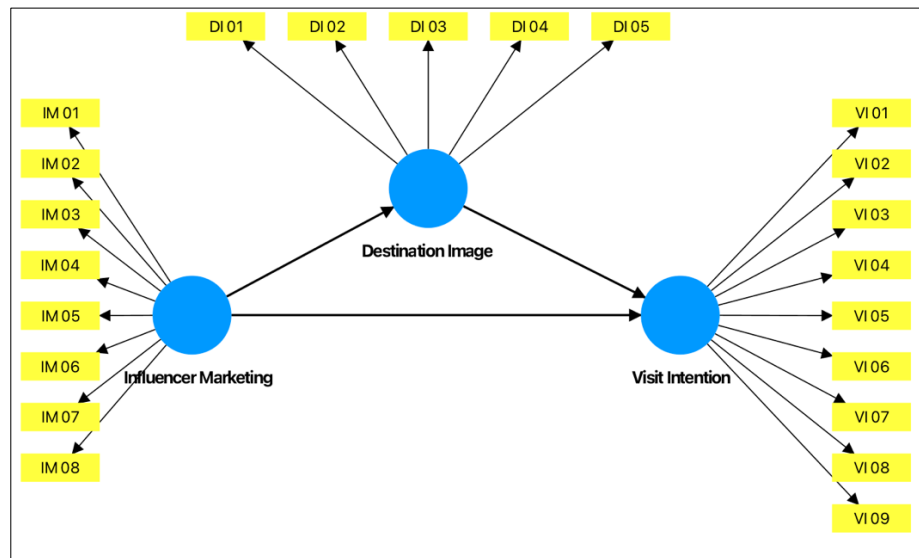
### a. Model Struktural

Urutan konstruk dalam model struktural ditentukan berdasarkan teori, logika, atau pengalaman praktis yang diamati oleh peneliti. Urutan tersebut berjalan dari kiri ke kanan, dengan variabel bebas (prediktor) di sebelah kiri dan variabel terikat (konstruk) di sebelah kanan. Setelah urutan konstruk ditentukan, hubungan antar konstruk harus digambarkan dengan menggambar anak panah. Panah-panah tersebut diberi kepala panah yang mengarah ke kanan. Pendekatan ini menunjukkan urutan serta bahwa konstruk di sebelah kiri memprediksi konstruk di sebelah kanan. Penelitian ini juga melibatkan konstruk efek mediasi antara dua konstruk yang ada. Dari perspektif teoritis, aplikasi mediasi yang paling umum adalah untuk "menjelaskan" alasan mengapa hubungan antara konstruk eksogen dan endogen terjadi.

### b. Model Pengukuran/Reflektif

Sebaliknya, model pengukuran menggambarkan hubungan antara konstruk dan indikator variabel yang terkait. Hubungan ini didasarkan pada teori pengukuran. Teori pengukuran yang kuat sangat penting untuk memastikan bahwa hasil PLS-SEM dapat diandalkan. Uji hipotesis yang melibatkan hubungan struktural antar konstruk hanya dapat dianggap valid atau reliabel jika model pengukuran menjelaskan metode yang digunakan untuk mengukur konstruk-konstruk tersebut.

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



Sumber: Hasil Pengujian *Smart PLS*

**Gambar 3. 2 Model Penelitian**

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

Untuk estimasi parameter, PLS tidak membutuhkan asumsi distribusi tertentu, sehingga tidak memerlukan pengujian parameter yang spesifik. Evaluasi model pengukuran dengan indikator reflektif dilakukan berdasarkan reliabilitas indikator, konsistensi internal reliabilitas, validitas konvergen, dan validitas diskriminan (Hair et al., 2022). Tujuan evaluasi ini adalah untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan valid dan reliabel. Dalam prosesnya, analisis juga mempertimbangkan kontribusi setiap indikator terhadap variabel laten dengan mengevaluasi aspek-aspek seperti keakuratan prediksi dan keterkaitan indikator terhadap variabel laten dengan memeriksa hal-hal berikut :

### a. Reliabilitas Indikator (*Indicator Reliability*)

Langkah pertama dalam penilaian model pengukuran reflektif adalah memeriksa *outer loadings* pada indikator, yang mana model ini dievaluasi berdasarkan korelasi antara skor *item*, komponen skor, dan skor konstruk yang

dihitung menggunakan PLS. Uji ini bertujuan untuk mengukur konstruk reflektif sebagai indikator variabel, yang dapat dilihat dari nilai outer loading masing-masing indikator pada setiap variabel. Oleh karena itu, *standardized outer loading* suatu indikator, seperti yang diperoleh dari hasil PLS-SEM, harus mencapai 0,708 atau lebih tinggi. Dalam banyak kasus, nilai 0,70 dianggap cukup mendekati 0,708 dan diterima, namun jika nilai tersebut lebih rendah, disarankan untuk menghapus *item* tersebut (Hair et al., 2022).

b. Konsistensi Reliabilitas (*Consistency Reliability*)

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

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

Pada rumus ini,  $s_i^2$  menggambarkan varians dari indikator variabel  $i$  untuk konstruk tertentu, yang diukur dengan  $M$  indikator ( $i = 1, \dots, M$ ), sedangkan  $s_t^2$  adalah varians dari total semua  $M$  indikator untuk konstruk tersebut. Salah satu kelemahan dari Cronbach's alpha adalah asumsi bahwa setiap indikator memiliki tingkat reliabilitas yang serupa (yaitu, setiap indikator dianggap memiliki bobot yang setara terhadap konstruk). Dalam PLS-SEM, indikator-indikator diberi bobot berdasarkan reliabilitas individu mereka yang bervariasi. Oleh karena itu, karena keterbatasan Cronbach's alpha, lebih tepat secara teknis untuk menggunakan ukuran reliabilitas konsistensi internal lainnya, yang dikenal sebagai reliabilitas komposit, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\rho_c = \frac{\left( \sum_{i=1}^M I_i \right)^2}{\left( \sum_{i=1}^M I_i \right)^2 + \sum_{i=1}^M var(e_i)}$$

Dimana  $I_i$  merujuk pada *standardized outer loading* dari indikator variabel  $i$  untuk konstruk tertentu yang diukur dengan  $M$  indikator,  $e_i$  adalah kesalahan pengukuran pada indikator variabel  $i$ , dan  $var(e_i)$  menunjukkan varians dari kesalahan pengukuran, yang dihitung sebagai  $1 - I_i^2$ . Secara umum, rentang nilai

antara 0,60 hingga 0,70 dapat diterima dalam penelitian eksploratif, sedangkan pada tahap penelitian yang lebih lanjut, nilai antara 0,70 hingga 0,95 dianggap memadai (Hair et al., 2022).

c. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen mengukur sejauh mana suatu ukuran memiliki korelasi positif dengan ukuran alternatif dari konstruk yang sama. Salah satu ukuran yang sering digunakan untuk menilai validitas konvergen pada tingkat konstruk adalah *average variance extracted* (AVE).

$$AVE = \left( \frac{\sum_{i=1}^M l_i^2}{M} \right)$$

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

d. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan mengukur sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya berdasarkan standar empiris. Validitas diskriminan dapat dievaluasi melalui tiga pengujian, yaitu *Fornell-Lacker Criteria*, *Crossloading*, dan HTMT (*Heterotrait Monotrait Ratio*). Evaluasi dilakukan dengan memeriksa hubungan antara konstruk laten dan blok indikatornya. Validitas dianggap baik jika nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap variabel laten lebih besar daripada korelasi antar variabel laten (Hair et al., 2022).

### 3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah memverifikasi bahwa ukuran-ukuran konstruk tersebut reliabel dan valid, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi hasil dari model struktural. Tahap ini sangat penting untuk memastikan bahwa model yang dikembangkan memiliki kekuatan dan akurasi yang baik. Menurut (Hair et al., 2022), untuk mengevaluasi model struktural, diperlukan pengujian berikut: (1) memeriksa kolinearitas, (2) menilai ukuran dan signifikansi hubungan jalur struktural, (3) menilai  $R^2$ , (4) menilai ukuran efek  $F^2$ , dan (5) menilai relevansi prediktif berdasarkan  $Q^2$ . Penjelasan masing-masing pengujian adalah sebagai berikut:

#### a. Analisis *Multicollinearity*

Pengujian untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model PLS-SEM dilakukan dengan memeriksa nilai tolerance atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih besar dari 5, maka kemungkinan besar terdapat multikolinearitas. Multikolinearitas tidak menjadi masalah signifikan jika nilai VIF kurang dari 5. Namun, jika ditemukan tingkat kolinearitas yang sangat tinggi, seperti nilai VIF yang mencapai 5 atau lebih, disarankan untuk mempertimbangkan penghapusan salah satu indikator yang relevan (Hair et al., 2022).

#### b. Analisis *Model Explanatory R-Square* ( $R^2$ )

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengukur sejauh mana variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Perubahan nilai R-Square digunakan untuk menilai pengaruh signifikan dari variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, yang dihitung sebagai kuadrat korelasi antara nilai aktual dan nilai prediksi dari konstruk endogen tertentu. Menurut Hair et al. (2017), nilai R-square sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 dianggap menunjukkan pengaruh yang substansial, moderat, dan lemah, berturut-turut.

c. Analisis F-Square ( $F^2$ )

Nilai  $R^2$  juga dapat digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan dalam model struktural melalui penggunaan ukuran efek  $F^2$  *effect size*. Analisis ini bertujuan untuk menilai ada atau tidaknya hubungan signifikan antara variabel. Dampak struktural dari variabel prediktor dianggap tinggi jika nilai  $F^2$  lebih besar dari 0,35, sedang jika 0,15, dan kecil jika 0,02 (Hair et al., 2022). Rumus untuk perhitungan  $F^2$  adalah sebagai berikut:

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

Dimana  $R^2_{included}$  dan  $R^2_{excluded}$  adalah nilai R-Square untuk variabel laten endogen ketika variabel laten eksogen yang dipilih dimasukkan atau dikeluarkan dari model. Sementara itu, untuk mengukur besaran pengaruh variabel mediasi (*effect size*), ukuran ini belum dapat dihitung menggunakan F-Square pada perangkat lunak SmartPLS 3.2.9. Oleh karena itu, menurut (Lachowicz et al., 2018; Ogbeibu et al., 2021), untuk mencari besaran pengaruh mediasi kita tidak menggunakan F-Square namun disebut dengan *effect size* mediasi *upsilon* ( $\nu$ ) dengan interpretasi nilai jika 0,175 (pengaruh mediasi tinggi), 0,075 (pengaruh mediasi medium), dan 0,01 (pengaruh mediasi rendah), digunakan rumus perhitungan seperti berikut :

$$\nu = \beta^2 MX \beta^2 YM.X$$

Dimana  $\beta^2 MX$  dan  $\beta^2 YM.X$  adalah kuadrat dari nilai *path coefficient*.

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

Analisis ini bertujuan untuk menilai sejauh mana model menghasilkan nilai yang akurat serta seberapa efektif parameter-parameter prediktifnya. Statistik  $Q^2$  diperoleh melalui PLS *Predict* dan diukur menggunakan nilai Q-Square Predict ( $Q^2_{predict}$ ). Metode ini merupakan pendekatan terbaru dalam prediksi yang menggantikan metode *Stone*

*Geisser* atau prosedur *blindfolding*, menurut (Hair et al., 2022). Jika nilai Q-Square lebih besar dari 0, maka model memiliki relevansi prediktif yang baik, sedangkan jika nilai Q-Square kurang dari 0, maka relevansi prediktifnya dianggap kurang baik.

e. *Analisis Goodness of Fit (GoF)*

Berbeda dengan SEM yang menggunakan kovariansi sebagai dasar analisisnya, pada PLS-SEM, pengujian dilakukan secara manual karena tidak disediakan dalam output SmartPLS. Pengujian ini dikembangkan untuk menilai model pengukuran dan struktural serta memberikan pendekatan yang lebih sederhana untuk mengevaluasi keseluruhan model dan prediksi yang dihasilkan. Menurut Tenenhaus dalam Ghazali (2015), nilai GoF dikategorikan sebagai 0,10, 0,25, dan 0,36, yang masing-masing menunjukkan kategori kecil, sedang, dan besar. Rumus untuk perhitungan GoF adalah sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

### 3.7.3 Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Langkah terakhir dalam analisis data menggunakan PLS-SEM adalah melakukan uji statistik, yang sering disebut sebagai uji t. Uji ini diperoleh melalui hasil bootstrapping atau koefisien jalur (*path coefficient*). Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka hipotesis dianggap diterima ( $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ). Selain itu, untuk mengevaluasi hasil uji hipotesis, dapat dilihat dari nilai p-value. Dengan asumsi tingkat signifikansi 5%, nilai p harus lebih kecil dari 0,05 ( $< 0,05$ ) agar hipotesis dianggap benar, sebaliknya jika lebih besar dari 0,05, hipotesis dianggap tidak valid (Hair et al., 2022). Berikut adalah rumus yang diajukan dalam penelitian ini:



a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta = 0$ , artinya *Influencer Marketing* tidak berpengaruh terhadap *Destination Image*

$H_a : \beta > 0$ , artinya *Influencer Marketing* berpengaruh positif terhadap *Destination Image*

b. Hipotesis Kedua

$H_0 : \beta = 0$ , artinya *Destination Image* tidak berpengaruh terhadap *Visit Intention*

$H_a : \beta > 0$ , artinya *Destination Image* berpengaruh positif terhadap *Visit Intention*

c. Hipotesis Ketiga

$H_a : \beta = 0$ , artinya *Influencer Marketing* tidak berpengaruh terhadap *Visit Intention*

$H_0 : \beta > 0$ , artinya *Influencer Marketing* berpengaruh positif terhadap *Visit Intention*

d.  $H_a : \beta = 0$ , artinya *Influencer Marketing* melalui *Destination Image* tidak berpengaruh terhadap *Visit Intention*

$H_0 : \beta > 0$ , artinya *Influencer Marketing* melalui *Destination Image* berpengaruh positif terhadap *Visit Intention*