

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian yang menempatkan tiga variabel yaitu *Country of Origin* dan *Online Customer Review* sebagai variabel independent (X) atau yang mempengaruhi, dan *Purchase Decision* sebagai variabel dependen (Y) atau yang dipengaruhi. Subjek penelitian ini yaitu pengguna aktif platform *Female Daily* yang membaca *review* pada produk kecantikan lokal, khususnya *followers* Instagram @femaledailynetwork. Subjek ini dipilih karena relevansi mereka dengan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis pengaruh *Country of Origin* dan *Online Customer Review* di platform *Female Daily* terhadap *Purchase Decision* Produk Moisturizer Laboré.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis fenomena yang terjadi, sebuah pendekatan yang umum dalam studi manajemen. Menurut (Schindler, 2022), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data numerik untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Metode ini mengutamakan pengumpulan dan analisis data yang dapat dikuantifikasikan, dengan tujuan untuk melihat hubungan antara variabel yang diteliti. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk memecahkan dan membatasi fenomena yang dapat diukur, serta penelitiannya dilakukan dengan menggunakan skala pengukuran data atau pengukuran standar (Schindler, 2022).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh *Country of Origin* dan *Online Customer Review* di platform *Female Daily* terhadap *Purchase Decision* produk Moisturizer

Laboré. Pilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada fakta bahwa metode ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis secara objektif dan terukur, serta menghasilkan hasil yang dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dalam menganalisis variabel-variabel yang telah ditentukan. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang objektif dan akurat mengenai karakteristik suatu populasi atau fenomena tertentu (Schindler, 2022). Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai variabel yang diteliti, yaitu *Country of Origin*, *Online Customer Review*, dan *Purchase Decision*. Hal ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana frekuensi pengguna melihat *review* tersebut, dan sejauh mana mereka memperhatikan negara asal suatu produk ketika mempertimbangkan pembelian produk.

3.2.2 Desain penelitian

Desain penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini bersifat kausalitas, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian kausal ini menggunakan survei sebagai alat pengumpulan data, di mana responden dipilih dari pengikut Instagram @femaledailynetwork yang memenuhi kriteria untuk terlibat dalam platform tersebut untuk membaca *review* dan memberikan penilaian terhadap produk kecantikan.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, diantaranya :

- Variabel independen (X1) *Country of Origin* yang meliputi *Country beliefs*, *People affect*, dan *Desired interaction*.
- Variabel independent (X2) *Online Customer Review* yang meliputi *Attitude towards OCR* , *Quality*, *Quantity*, *Perceived Information Usefulness*, *Information Processing Capability*, *Source Credibility*.

- Variabel dependen (Y) Keputusan pembelian yang meliputi *Product choice*, *Brand choice*, *Store choice*, *Purchase quantity*, *Purchase timing*, dan *Payment method*.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
<i>Country of Origin</i> Camacho et al. (2022); Blanco-Encomienda et al. (2024); Diamantopoulos et al. (2020),	<i>Country of Origin</i> didefinisikan sebagai persepsi konsumen terhadap kualitas dan atribut produk yang dipengaruhi oleh negara asalnya (Camacho et al., 2022)		
	<i>Country beliefs</i>	Tingkat pencarian informasi negara asal untuk memastikan keaslian dan kualitas produk.	Ordinal
		Tingkat pertimbangan konsumen terhadap informasi negara asal saat memilih produk skincare.	
	<i>People affect</i>	Tingkat kesan positif konsumen terhadap produk dan merek dari negara asal.	Ordinal
		Tingkat rasa suka atau afeksi konsumen terhadap produk yang berasal dari negara tertentu.	
		Tingkat loyalitas dan kebanggaan konsumen dalam menggunakan produk dari negara asal.	

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
	<i>Desired interaction</i>	Tingkat keinginan konsumen untuk mendukung dan mempromosikan produk.	Ordinal
		Tingkat keinginan konsumen untuk berasosiasi dengan budaya dan nilai dari negara asal suatu produk.	
<i>Online Customer Review</i> (Yang et al., 2024)	<i>Online Customer Review</i> adalah komunikasi elektronik yang menyediakan informasi penting dan rekomendasi produk dari konsumen lain yang mempengaruhi niat pembelian melalui kualitas informasi, kuantitas, kredibilitas sumber, dan sikap konsumen terhadap <i>review</i> tersebut, dengan persepsi kegunaan informasi sebagai mediator utama dalam proses tersebut (Yang et al., 2024)		
	<i>Attitude towards OCR</i>	Tingkat kebiasaan membaca <i>review</i> di platform Female Daily saat membeli produk.	Ordinal
		Tingkat keyakinan untuk membeli produk setelah membaca <i>review</i> di platform Female Daily.	
		Tingkat keraguan dalam pengambilan keputusan jika tidak membaca <i>review</i> di platform Female Daily.	

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
	<i>Quality</i>	Tingkat relevansi informasi dalam <i>review</i> online terhadap kebutuhan akan produk.	Ordinal
		Tingkat kelengkapan informasi tentang produk dalam <i>review</i> di platform Female Daily.	
	<i>Quantity</i>	Tingkat keyakinan terhadap kualitas produk berdasarkan banyaknya <i>review</i> .	Ordinal
		Tingkat pentingnya rata-rata penilaian bintang dalam pertimbangan membeli suatu produk.	
	<i>Perceived Information Usefulness</i>	Tingkat manfaat <i>review</i> online dalam membantu pengambilan keputusan pembelian.	Ordinal
		Tingkat kemudahan dalam membuat keputusan pembelian setelah membaca <i>review</i> .	
	<i>Information Processing Capability</i>	Tingkat kemampuan memilah informasi penting dari <i>review</i> online tentang suatu produk.	Ordinal

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
		Tingkat upaya verifikasi terhadap kebenaran <i>review</i> melalui sumber lain..	Ordinal
	<i>Source Credibility</i>	Tingkat kepercayaan terhadap kredibilitas penulis <i>review</i> di platform Female Daily	
Keputusan pembelian (Ungureanu et al., 2025)	Keputusan pembelian adalah hasil interaksi kompleks antara persepsi atribut produk, pengaruh sosial dan budaya, serta stimulus pemasaran. Konsumen tidak hanya membeli berdasarkan karakteristik produk semata, tetapi juga mempertimbangkan konteks sosial dan pengalaman pribadi yang membentuk perilaku pembelian mereka (Ungureanu et al., 2025)		
	<i>Product Choice</i>	Tingkat perhatian pada komposisi dan manfaat produk moisturizer	Ordinal
		Tingkat kesesuaian <i>review</i> dengan hasil penggunaan produk	
	<i>Brand Choice</i>	Tingkat loyalitas terhadap merek moisturizer lokal seperti Laboré.	Ordinal
		Tingkat kepuasan terhadap brand pilihan setelah pembelian	
	<i>Store Choice</i>	Tingkat kenyamanan membeli melalui platform	Ordinal

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
		Female Daily dibandingkan dengan toko fisik	
		Tingkat kepercayaan terhadap ketersediaan produk di platform Female Daily	
	<i>Purchase Quantity</i>	Tingkat keyakinan membeli dalam jumlah lebih dari satu produk	Ordinal
		Tingkat pengaruh diskon atau promosi terhadap jumlah pembelian	
	<i>Purchase Timing</i>	Tingkat kecepatan keputusan setelah membaca <i>review</i>	Ordinal
		Tingkat pengaruh waktu rilis produk terhadap keputusan pembelian	
	<i>Payment Method</i>	Tingkat kemudahan memilih metode pembayaran yang tersedia	Ordinal
		Tingkat kepercayaan terhadap keamanan transaksi di platform Female Daily.	

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner dengan skala Likert yang dimana terdiri dari serangkaian pernyataan yang menggambarkan sikap atau pendapat responden terhadap suatu objek, dan responden diminta untuk

menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan tersebut. Pilihan jawaban biasanya menggunakan lima hingga tujuh tingkat, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Setiap respons diberi skor numerik untuk mempermudah analisis. Skala ini dinilai mudah dikonstruksi, reliabel, dan mampu menghasilkan data dalam jumlah besar dengan variasi yang baik (Schindler, 2022).

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Sumber data: Schindler, (2022)

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian kuantitatif, data bisa didapatkan dari dua sumber utama. Data primer adalah data yang di kumpulkan sendiri, misalnya melalui eksperimen atau survei. Sementara itu, data sekunder adalah kumpulan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan seperti data dari pemerintah atau hasil penelitian orang lain. (Hardani et al., 2020).

Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Nilai Penjualan Produk FMCG di E-Commerce Indonesia pada Tahun 2024	Sekunder	Databoks, 2024
2.	10 Kategori Produk Perawatan Kecantikan Terlaris di E-Commerce Indonesia (Kuartal I 2024)	Sekunder	Databoks, 2024
3.	Perbandingan Penjualan Brand Lokal dan Global Paket Kecantikan Q1 2024	Sekunder	Compas Market Insight, 2024
4.	Negara Asal Brand-Brand <i>Skincare</i> Terfavorit Versi Para Wanita Indonesia.	Sekunder	ZAP Beauty Index 2020

Naila Lintang Manik, 2025

PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW DI PLATFORM FEMALE DAILY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOISTURIZER LABORÉ (Survei Pengikut Instagram @Femaledailynetwork)

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

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
5.	Produk Terjual Segmen Brand Global Kategori Moisturizer	Sekunder	Compas Market Insight Q1 2024
6.	Perubahan Pola Konsumsi Konsumen Indonesia (2023 vs 2024)	Sekunder	NielsenIQ (2024)
7.	Alasan Utama Orang di Indonesia Menggunakan Internet (Tahun 2024)	Sekunder	We Are Social, Hootsuite (2024), diolah kembali
8.	Alasan Konsumen Indonesia Belanja Kosmetik/Produk Kecantikan secara Online (2023)	Sekunder	Insight Factory by SOCO, Katadata (2023)
9.	Most Visited Beauty and Cosmetics Websites in Indonesia, Updated September 2024	Sekunder	Semrush.com (2023)
10.	Daftar Top Brand Index Fase 1 2024 Pelembab Wajah	Sekunder	Top Brand Index 2024
11.	Hasil Analisis Thematic Map pada Bibliometrix	Primer	(R Studio)
12.	Kuesioner Penelitian <i>Country of Origin</i>	Primer	Responden
13.	Kuesioner Penelitian <i>Online Customer Review</i>	Primer	Responden
14.	Kuesioner Penelitian Keputusan pembelian	Primer	Responden

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah awal dalam penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data primer maupun sekunder yang dibutuhkan untuk mendukung analisis dan kesimpulan penelitian.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan untuk memberikan landasan teori dan pemahaman mengenai variabel yang diteliti, yaitu *Country of Origin*, *Online Customer Review* dan Keputusan pembelian. Data sekunder ini

diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan seperti buku, jurnal, artikel akademis dan laporan penelitian terdahulu.

2. Kuesioner

Dalam penelitian ini, pengumpulan data akan dilakukan secara online melalui platform *Google Forms*. Metode ini dipilih karena dinilai lebih efektif dalam menjangkau responden dalam jumlah yang lebih besar. Kuesioner disebarkan kepada pengikut *Instagram* @femaledailynetwork yang menggunakan platform *Female Daily* untuk membaca *review* terhadap produk kecantikan. Kuesioner terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk mengukur persepsi dan pengalaman responden terhadap *review* di *Female Daily* dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Populasi dalam penelitian adalah keseluruhan objek yang menjadi target penelitian, yang ditentukan untuk membatasi ruang lingkup penelitian dan menentukan jumlah sampel yang akan diambil (Hardani et al., 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang telah mengikuti akun *Instagram* @femaledailynetwork dengan jumlah populasi sebanyak 834.000 pengikut tertanggal 25 April 2025.

3.5.2 Sampel

Dalam penelitian ini, teknik penentuan jumlah sampel mengacu pada pendekatan yang disarankan oleh Hair et al., (2021) dalam metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Salah satu pedoman yang umum digunakan adalah "10-times rule", yaitu aturan praktis untuk menentukan jumlah minimum sampel berdasarkan kompleksitas model. Aturan tersebut menyatakan bahwa ukuran sampel minimum yang dibutuhkan adalah sepuluh kali lipat dari jumlah indikator terbanyak yang mengukur suatu konstruk, atau sepuluh kali jumlah jalur struktural terbanyak yang menuju ke satu konstruk dalam model.

Rumus *10-times rule* (Hair et al., 2021):

$$n \geq 10 \times \text{jumlah indikator pada konstruk yang paling kompleks}$$

Dalam penelitian ini, total terdapat 31 pernyataan kuesioner yang mewakili indikator dari seluruh konstruk yang digunakan dalam model. Maka, perhitungan jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

$$n \geq 10 \times 31 = 310$$

Dengan demikian, jumlah responden minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 310 orang. Ukuran ini dianggap memadai untuk analisis menggunakan metode PLS-SEM, karena telah memenuhi ketentuan minimum berdasarkan struktur model yang ditetapkan. Meskipun populasi penelitian ini cukup besar, yaitu sebanyak 834.000 orang, metode PLS-SEM lebih menekankan pada kompleksitas model struktural daripada proporsi populasi, sehingga penggunaan aturan 10 kali ini dinilai lebih tepat dan sesuai dalam konteks ini (Hair et al., 2021). Namun, peneliti menambahkan 5% dari jumlah tersebut atau sekitar 15 responden, sehingga jumlah akhir menjadi 325 responden. Penambahan ini dilakukan untuk menurunkan *margin of error* dan meningkatkan presisi hasil penelitian (O'Neill, 2021). Perhitungan *margin of error* menurut O'Neill, (2021). yang dirumuskan sebagai:

$$MOE = Z \times \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Diketahui:

- $Z = 1,96$ (95% confidence level)
- $p = 0,5$ (proporsi konservatif)
- $n = 310$ dan $n = 325$

Maka hasil perhitungannya adalah:

$$MOE = 1,96 \times \sqrt{\frac{0,5(1-0,5)}{310}} = 5,56\%$$

$$MOE = 1,96 \times \sqrt{\frac{0,5(1 - 0,5)}{325}} = 5,43\%$$

Dengan demikian, penambahan 15 responden menjadi total 325 responden mampu menurunkan *margin of error* dari 5,56% menjadi 5,43%, sehingga hasil penelitian menjadi lebih presisi dan representatif terhadap populasi sebesar 834.000 orang yaitu followers Instagram @femaledailynetwork.

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara memilih sebagian anggota populasi sebagai sampel penelitian dengan memperhatikan karakteristik populasi agar hasil penelitian dapat mewakili seluruh populasi (Hardani et al., 2020). Teknik sampling dapat dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu *Probability Sampling* dan *non-Probability Sampling*, yang masing-masing memiliki cara pemilihan sampel yang berbeda.

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel (Hardani et al., 2020). Metode ini sangat penting dalam penelitian kuantitatif karena memungkinkan peneliti untuk membuat generalisasi yang lebih akurat dari sampel ke populasi yang lebih luas. Dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi, bias dalam pemilihan sampel dapat diminimalkan. Sebaliknya *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak acak dan lebih mengandalkan pertimbangan subjektif peneliti, sehingga hasil penelitiannya kurang dapat digeneralisasikan (Hardani et al., 2020).

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *Probability sampling* dikarenakan jumlah populasinya sudah diketahui, dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan *simple* atau sederhana karena proses pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan adanya strata dalam populasi tersebut (Hardani et al., 2020).

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Sebelum melakukan analisis data, dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas terlebih dahulu untuk memastikan keakuratan dan kualitas data dari kuesioner yang disebarkan kepada responden. Validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Schindler, (2022) menjelaskan bahwa validitas adalah aspek penting dalam penelitian kuantitatif karena menentukan keakuratan dan kredibilitas data yang diperoleh. Instrumen yang valid akan menghasilkan data yang benar-benar mencerminkan variabel yang diteliti, sehingga kesimpulan penelitian dapat dipercaya.

Penelitian ini menggunakan model Rasch (*Rasch Model*) sebagai metode untuk menguji validitas dan reliabilitas data kuesioner. Model ini dipilih untuk menilai apakah item pertanyaan dalam kuesioner secara konsisten mengukur aspek-aspek *Self-Regulated Learning* (SRL). Menurut Sulisworo et al. (2020) dalam menguji validitas item dievaluasi menggunakan tiga indikator utama dalam analisis Rasch yaitu:

1. *Outfit Mean Square* (MNSQ)

Nilai MNSQ yang diterima untuk menunjukkan validitas adalah antara 0,5 hingga 1,5. Nilai ini mengukur kesesuaian antara respons responden dan model Rasch.

2. *Z-Standard* (ZSTD)

Rentang nilai yang diterima adalah $-2,0$ hingga $+2,0$. Nilai ini memberikan informasi apakah suatu item menyimpang secara signifikan dari prediksi model.

3. *Point Measure Correlation* (Pt Measure Corr)

Nilai korelasi diterima jika berada antara 0,4 hingga 0,85. Ini menunjukkan konsistensi internal item terhadap total skor skala yang diukur.

Jika sebuah item pernyataan berhasil memenuhi paling tidak dua dari tiga kriteria yang ada, maka secara otomatis item tersebut diklasifikasikan sebagai valid

dan dapat digunakan. Didapatkan hasil uji validitas dari 34 item pertanyaan yang diujikan kepada 30 responden, yaitu:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

ENTRY NUMBER	TOTAL SCORE	TOTAL COUNT	MEASURE	MODEL S.E.	INFINIT MNSQ ZSTD	OUTFIT MNSQ ZSTD	PT-MEASURE CORR. EXP.	EXACT MATCH OBS% EXP%	Item
32	103	30	1.58	.33	2.55 4.3	2.40 3.8	.23 .51	43.3 63.7	PD 11
27	108	30	1.07	.31	1.09 .4	1.10 .5	.04 .52	56.7 58.9	PD 6
31	110	30	.88	.31	1.04 .2	1.00 .1	.51 .52	56.7 57.4	PD 10
1	113	30	.60	.30	1.16 .7	1.10 .5	.45 .53	60.0 56.4	COO 1
24	113	30	.60	.30	1.35 1.5	1.30 1.2	.42 .53	63.3 56.4	PD 3
8	114	30	.50	.30	.79 -.9	.79 -.9	.56 .53	53.3 56.3	COO 8
18	114	30	.50	.30	.80 -.9	.78 -.9	.77 .53	53.3 56.3	OCR 10
22	114	30	.50	.30	1.15 .7	1.13 .6	.41 .53	40.0 56.3	PD 1
17	115	30	.41	.30	.62 -1.8	.61 -1.9	.80 .53	66.7 56.3	OCR 9
23	116	30	.32	.30	.77 -1.0	.74 -1.2	.69 .53	66.7 56.3	PD 2
30	116	30	.32	.30	1.24 1.1	1.19 .9	.40 .53	60.0 56.3	PD 9
15	117	30	.23	.30	.96 -.1	.92 -.3	.68 .53	46.7 56.3	OCR 7
25	117	30	.23	.30	.83 -.7	.82 -.7	.68 .53	53.3 56.3	PD 4
33	117	30	.23	.30	.99 .0	1.04 .2	.68 .53	46.7 56.3	PD 12
2	118	30	.14	.30	.97 .0	.93 -.2	.58 .53	63.3 56.5	COO 2
5	119	30	.05	.30	1.17 .8	1.11 .6	.42 .53	56.7 56.5	COO 5
19	119	30	.05	.30	.65 -1.7	.64 -1.7	.74 .53	56.7 56.5	OCR 11
13	120	30	-.04	.30	1.13 .6	1.17 .8	.53 .53	40.0 56.6	OCR 5
26	120	30	-.04	.30	.62 -1.9	.65 -1.7	.57 .53	66.7 56.6	PD 5
12	121	30	-.13	.30	1.24 1.1	1.21 .9	.54 .53	53.3 57.0	OCR 4
21	121	30	-.13	.30	.99 .0	1.01 .1	.51 .53	46.7 57.0	OCR 13
10	122	30	-.22	.30	.89 -.4	.91 -.3	.47 .52	70.0 57.4	OCR 2
16	122	30	-.22	.30	.97 -.1	.92 -.2	.72 .52	53.3 57.4	OCR 8
9	123	30	-.32	.30	.49 -2.7	.52 -2.4	.63 .52	73.3 58.0	OCR 1
34	123	30	-.32	.30	.99 .0	1.02 .2	.50 .52	46.7 58.0	PD 13
11	124	30	-.41	.30	.83 -.7	.86 -.5	.38 .52	70.0 58.3	OCR 3
14	125	30	-.50	.31	.62 -1.8	.62 -1.8	.60 .52	66.7 58.5	OCR 6
7	126	30	-.60	.31	1.18 .8	1.14 .7	.42 .52	56.7 59.4	COO 7
20	126	30	-.60	.31	1.40 1.6	1.88 3.0	.33 .52	53.3 59.4	OCR 12
29	127	30	-.69	.31	.75 -1.1	.70 -1.3	.73 .51	70.0 60.1	PD 8
28	128	30	-.79	.31	.60 -1.9	.57 -1.9	.71 .51	80.0 60.3	PD 7
3	129	30	-.89	.32	1.30 1.2	1.54 1.9	.28 .51	43.3 60.4	COO 3
4	129	30	-.89	.32	.97 .0	.94 -.2	.37 .51	56.7 60.4	COO 4
6	134	30	-1.41	.34	1.06 .3	1.03 .2	.32 .48	60.0 62.4	COO 6
MEAN	119.5	30.0	.00	.31	1.00 -.1	1.01 -.1		57.4 57.8	
S.D.	6.5	.0	.61	.01	.36 1.3	.37 1.3		9.8 1.9	

Dari 34 item soal yang diuji, terdapat 3 butir soal yang tidak valid, yaitu item PD11, OCR12, dan COO3. Karena tidak memenuhi minimal dua dari tiga kriteria nilai yang ditentukan, yaitu MNSQ, ZSTD, dan Pt Mean Corr. Dengan demikian, ketiga item tersebut tidak layak digunakan untuk mengukur variabel yang dimaksud dalam penelitian sehingga perlu dikeluarkan dari instrumen penelitian. Sementara itu, 31 item lainnya dinyatakan valid dan layak digunakan sebagaimana ditampilkan pada Tabel 3.3 diatas.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana suatu instrumen pengukuran menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil ketika pengukuran diulang. Ini mencerminkan

keandalan alat ukur dalam memberikan hasil yang sama dalam kondisi yang sama (Schindler, 2022). Dengan kata lain, reliabilitas mencerminkan sejauh mana instrumen penelitian bebas dari kesalahan acak atau *random error* dan dapat diandalkan untuk menghasilkan data yang dapat dipercaya dalam waktu dan situasi yang berbeda.

Menurut Handayani et al. (2023), proses penilaian terhadap kualitas suatu instrumen pengukuran dalam penelitian dilakukan melalui serangkaian kriteria yang dapat dilihat pada bagian *summary statistic* dari analisis menggunakan *Rasch Model*. Kriteria tersebut mencakup indikator-indikator penting sebagai berikut:

- 1) *Cronbach's Alpha*, merupakan ukuran konsistensi internal antarbutir dalam instrumen. Nilai ini menunjukkan sejauh mana seluruh item dalam tes bekerja secara konsisten dalam mengukur konstruk yang sama. Adapun kriteria untuk *Cronbach's Alpha* dilihat dari Tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Kriteria *Cronbach Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Kategori
$\alpha < 0,5$	Lemah
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Jelek
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Cukup
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Bagus
$0,8 \leq \alpha$	Bagus Sekali

- 2) *Person Reliability* dan *Item Reliability*, mengevaluasi sejauh mana tanggapan responden (*person*) terhadap setiap item dalam instrumen bersifat konsisten, sekaligus menilai mutu dari butir-butir pernyataan itu sendiri. Adapun kriteria yang digunakan dalam menilai *Person Reliability* dan *Item Reliability* dilihat dari Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Kriteria *Person Reliability* dan *Item Reliability*

Nilai <i>Person Reliability</i> dan <i>Item Reliability</i>	Kategori
$r < 0,67$	Lemah
$0,67 \leq r < 0,80$	Cukup
$0,80 \leq r < 0,91$	Bagus

$0,91 \leq r < 0,94$	Bagus Sekali
$0,94 \leq r$	Istimewa

- 3) *Person* dan *Item Separation*, digunakan untuk menilai kemampuan instrumen dalam membedakan responden berdasarkan tingkat kemampuannya, serta mengevaluasi seberapa baik responden dapat membedakan tingkat kesulitan setiap butir soal. *Person separation* dengan nilai ≥ 2.0 menunjukkan bahwa instrumen mampu mengklasifikasikan responden ke dalam tingkat kemampuan yang berbeda yaitu tinggi, sedang, rendah. Sedangkan *item separation* idealnya ≥ 3.0 agar instrumen dapat memastikan adanya hierarki tingkat kesulitan item yang stabil dan valid yaitu tinggi, sedang, rendah.

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas yang didapatkan :

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas

SUMMARY OF 30 MEASURED Person								
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	135.4	34.0	1.74	.29	1.00	.0	1.01	.0
S.D.	12.5	.0	1.05	.03	.30	1.4	.31	1.4
MAX.	161.0	34.0	4.07	.38	1.59	2.5	1.72	2.1
MIN.	105.0	34.0	-1.04	.27	.43	-3.4	.44	-3.4
REAL RMSE	.31	TRUE SD	1.00	SEPARATION	3.23	Person	RELIABILITY	.91
MODEL RMSE	.29	TRUE SD	1.01	SEPARATION	3.45	Person	RELIABILITY	.92
S.E. OF Person MEAN = .19								
Person RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = 1.00								
CRONBACH ALPHA (KR-20) Person RAW SCORE "TEST" RELIABILITY = .92								
SUMMARY OF 34 MEASURED Item								
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	119.5	30.0	.00	.31	1.00	-.1	1.01	-.1
S.D.	6.5	.0	.61	.01	.36	1.3	.37	1.3
MAX.	134.0	30.0	1.58	.34	2.55	4.3	2.40	3.8
MIN.	103.0	30.0	-1.41	.30	.49	-2.7	.52	-2.4
REAL RMSE	.33	TRUE SD	.51	SEPARATION	1.58	Item	RELIABILITY	.71
MODEL RMSE	.31	TRUE SD	.53	SEPARATION	1.71	Item	RELIABILITY	.75
S.E. OF Item MEAN = .11								

Berdasarkan dari pengujian yang telah dilakukan menggunakan Rasch Model diatas maka tabel 3.6 diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0,92 menunjukkan bahwa tingkat konsistensi internal antar butir dalam instrumen termasuk dalam kategori sangat tinggi. Artinya, interaksi antara peserta dan butir-butir soal berlangsung secara stabil, dan instrumen dapat digunakan untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang diuji dengan tingkat keandalan yang sangat baik.
- 2) nilai *Person Reliability* sebesar 0,91 juga masuk dalam kategori sangat baik, yang mengindikasikan bahwa responden memberikan jawaban yang konsisten terhadap berbagai item dalam tes. Sedangkan nilai *Person Separation* sebesar 3,23 menunjukkan bahwa instrumen ini mampu mengelompokkan peserta ke dalam lebih dari tiga tingkatan kemampuan, yaitu rendah, sedang, dan tinggi.
- 3) Sementara itu, nilai *Item Reliability* sebesar 0,71 dan *Item Separation* sebesar 1,58 juga berada dalam kategori yang layak dan mendukung. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa butir-butir soal memiliki struktur kesulitan yang cukup stabil dan dapat diinterpretasikan secara valid dalam konteks pengukuran yang digunakan. Dengan demikian, seluruh indikator reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen ini memenuhi syarat sebagai alat ukur yang layak digunakan untuk mengukur kemampuan responden secara tepat dan terpercaya.

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mengorganisasikan, meringkas, dan menyajikan data sehingga informasi yang terkandung dapat dipahami dengan mudah. Menurut Schindler, (2022), analisis deskriptif berfungsi untuk memberikan gambaran atau ringkasan mengenai karakteristik sampel atau populasi yang diteliti, seperti distribusi frekuensi, ukuran pemusatan (mean, median, modus), dan ukuran penyebaran (range, varians, standar

deviasi). Teknik ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau hubungan antar variabel, melainkan hanya untuk mendeskripsikan data secara sistematis agar memudahkan interpretasi dan pengambilan keputusan lebih lanjut. Dalam konteks penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi variabel penelitian seperti persepsi mengenai *Country of Origin*, *Online Customer Review* dan Keputusan pembelian.

Untuk mendukung proses analisis deskriptif tersebut, data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner perlu diolah secara sistematis agar dapat memberikan gambaran kuantitatif yang representatif terhadap setiap variabel yang diteliti. Setelah data kuesioner diperoleh, langkah selanjutnya adalah memberikan nilai pada setiap jawaban responden. Nilai-nilai tersebut kemudian diakumulasi guna memperoleh hasil yang menyeluruh. Skor tiap butir pernyataan kemudian dianalisis dengan membandingkannya terhadap total skor keseluruhan. Tahapan ini bertujuan untuk menghitung skor ideal dari masing-masing variabel yang diteliti, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kinerja dan karakteristik setiap variabel. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung skor ideal adalah sebagai berikut:

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

Tabel 3. 7 Perhitungan Analisis Deskriptif

No	Item Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total	Skor Ideal	Total Skor Per Item	% Skor
		1	2	3	4	5				
	Total Skor									

Dalam analisis deskriptif ini, data dikelompokkan ke dalam kategori berdasarkan persentase rentang 0% hingga 100%, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 3.7 diatas. Langkah selanjutnya adalah menyusun garis kontinum yang terdiri

dari lima tingkat penilaian, yaitu: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Tujuan dari penyusunan garis kontinum ini adalah untuk membandingkan skor total masing-masing variabel sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai karakteristik variabel yang diteliti.

Adapun tahapan dalam pembuatan garis kontinum meliputi:

- a. Menentukan nilai tertinggi dan terendah dari garis kontinum.
- b. Menghitung selisih antar level kategori pada garis kontinum dengan rumus:

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

- c. Menetapkan posisi titik pada garis kontinum serta menentukan rentang skor untuk masing-masing kategori penilaian (sangat rendah, rendah, netral, tinggi, dan sangat tinggi). Selanjutnya, dilakukan konversi skor hasil penelitian ke dalam bentuk persentase dengan menggunakan rumus:

$$\text{Skor yang Diperoleh} \div \text{Skor Maksimal} \times 100\%$$

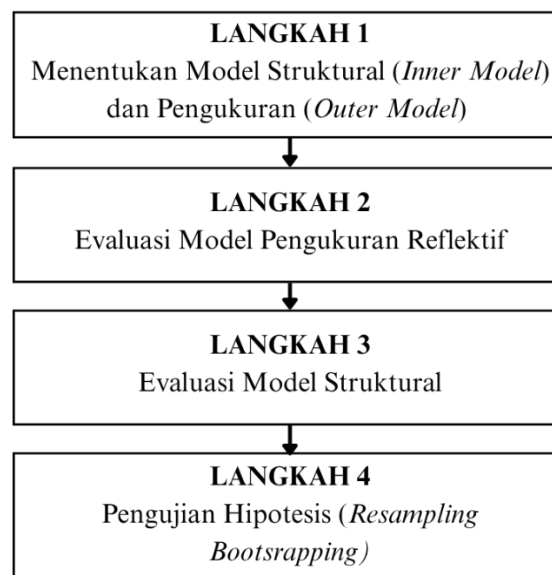
- d. Membandingkan hasil total skor dari setiap variabel dengan parameter kategori pada garis kontinum untuk memperoleh gambaran komparatif antar variabel dalam penelitian.

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

Setelah proses pengumpulan data selesai dilakukan, tahap berikutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi fakta-fakta yang dapat memperkuat hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) sebagai teknik analisis yang diterapkan. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) merupakan pendekatan analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel laten yang kompleks dengan indikator-indikator terukurnya (Hair et al., 2022). PLS-SEM juga memungkinkan analisis terhadap berbagai jenis konstruk, baik reflektif maupun formatif, serta analisis konstruk orde tinggi (*higher order constructs*) dan hubungan moderasi dan mediasi. Dengan kata lain, PLS-SEM merupakan teknik pemodelan kausal-

prediktif (*causal predictive modeling*) yang tidak hanya fokus pada signifikansi hubungan antar variabel, tetapi juga menilai kekuatan prediktif model secara menyeluruh terhadap data luar sampel (Hair et al., 2022). Proses analisis data PLS SEM dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS versi 3.2.9.

PLS-SEM terdiri dari dua komponen utama, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*), yang masing-masing memiliki peran dan fungsi spesifik. Dalam melakukan estimasi dan pengujian berbasis PLS-SEM, terdapat beberapa langkah-langkah sistematis yang perlu dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas dari hasil analisis. Adapun tahapan tersebut meliputi:



Sumber data: Hair et al., 2022

Gambar 3. 1 Tahapan Pengujian PLS-SEM

Mengenai tahapan pengujian PLS-SEM, penelitian ini akan menerapkan langkah-langkah yang telah disebutkan. Berikut adalah uraian penjelasan langkah-langkah yang akan diterapkan:

1. Model Struktural (*Inner Model*) dan Pengukuran (*Outer Model*)

Pada tahap awal pelaksanaan penelitian dengan pendekatan SEM, langkah penting yang perlu dilakukan adalah merancang diagram yang memvisualisasikan

hipotesis serta memperlihatkan keterkaitan antar variabel yang diteliti. Diagram ini dikenal sebagai model jalur (*path model*), yang mencakup model struktural (*inner model*) untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten, serta model pengukuran atau reflektif (*outer model*) yang menunjukkan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya.

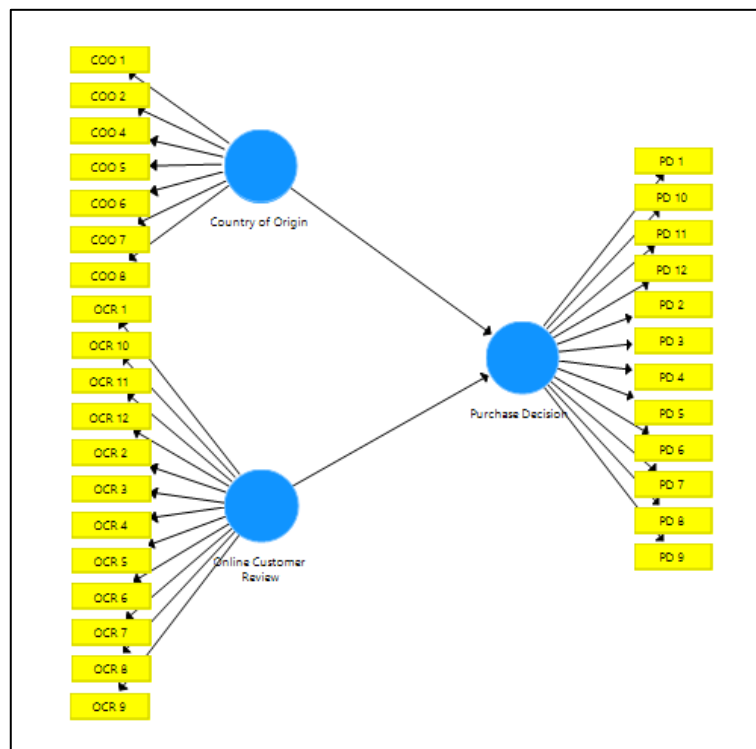
a) Model struktural (*Inner Model*)

Model struktural dibangun dengan mengacu pada landasan teori, penalaran logis, atau temuan empiris yang diperoleh dari observasi. Susunan konstruk dalam model ini ditata secara horizontal dari kiri ke kanan, di mana variabel bebas diletakkan di sisi kiri dan variabel terikat di sisi kanan. Setelah urutan konstruk dirancang, hubungan antar konstruk divisualisasikan melalui panah yang mengarah ke kanan, sebagai penanda bahwa konstruk di sebelah kiri memengaruhi konstruk di sebelah kanan. Penelitian ini juga menyertakan konstruk mediasi, yang berfungsi sebagai penghubung antara dua konstruk utama. Secara konseptual, keberadaan mediasi biasanya dimanfaatkan untuk menguraikan mekanisme atau alasan di balik adanya hubungan antara konstruk eksogen dan endogen.

b) Model pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran, atau reflektif, berfungsi untuk menggambarkan hubungan antara konstruk laten dengan indikator-indikator yang merepresentasikannya. Hubungan ini ditentukan berdasarkan teori pengukuran yang mendasarinya. Keberadaan teori pengukuran yang kuat sangat penting agar hasil analisis menggunakan PLS-SEM memiliki makna dan akurasi. Pengujian hipotesis yang berkaitan dengan hubungan antar konstruk dalam model struktural hanya akan valid dan reliabel apabila model pengukuran mampu menjelaskan secara tepat bagaimana masing-masing konstruk diukur melalui indikatornya.

Mengacu pada kerangka pemikiran dan paradigma penelitian yang telah disusun, visualisasi hubungan antar 65dalam65e dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 3.2 dibawah:



Gambar 3. 2 Model Penelitian

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

Dalam pendekatan PLS-SEM, proses estimasi parameter tidak mensyaratkan adanya asumsi distribusi data tertentu. Oleh karena itu, teknik pengujian parameter yang kompleks tidak diperlukan. Evaluasi terhadap model pengukuran reflektif dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Menurut (Hair et al., 2022), penilaian model pengukuran mencakup empat aspek utama, yaitu reliabilitas indikator, reliabilitas internal (konsistensi), validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Analisis ini bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator merepresentasikan konstruk laten secara akurat dan konsisten.

a) Reliabilitas Indikator (*Indicator Reliability*)

Tahap awal dalam mengevaluasi model pengukuran reflektif adalah memeriksa nilai *outer loading* dari masing-masing indikator. *Outer*

loading menunjukkan sejauh mana indikator berkorelasi dengan konstruk yang diukurnya. Dalam praktiknya, indikator dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai *outer loading*-nya mencapai minimal 0,708. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator mampu menjelaskan setidaknya 50% varians dari konstruk laten (Hair et al., 2022). Dalam kondisi tertentu, nilai 0,70 dapat diterima. Namun, apabila nilainya lebih rendah dari batas tersebut, indikator tersebut sebaiknya dipertimbangkan untuk dihapus dari model karena berpotensi menurunkan kualitas pengukuran.

b) Konsistensi Reliabilitas (*Internal Consistency Reliability*)

Konsistensi reliabilitas mengacu pada sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk menunjukkan konsistensi dalam mengukur konsep yang sama. Salah satu metode tradisional yang digunakan untuk menguji konsistensi ini adalah dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

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

Dalam rumus ini, simbol s_i^2 merepresentasikan varians dari indikator ke- i pada suatu konstruk yang diukur menggunakan M indikator ($i = 1, \dots, M$), sedangkan s_t^2 menunjukkan varians dari keseluruhan jumlah indikator M pada konstruk tersebut. Salah satu keterbatasan dari *Cronbach's alpha* terletak pada anggapannya bahwa setiap indikator memiliki reliabilitas yang setara, atau dengan kata lain, semua indikator dianggap memberikan kontribusi yang sama terhadap konstruk. Dalam pendekatan PLS-SEM, masing-masing indikator justru diperlakukan secara berbeda berdasarkan tingkat reliabilitas individualnya. Oleh karena itu, karena adanya keterbatasan tersebut, maka secara metodologis lebih disarankan untuk menggunakan ukuran

alternatif reliabilitas konsistensi internal, yaitu reliabilitas komposit, yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Dalam hal ini, l_i merepresentasikan *standardized outer loading* dari indikator ke- i terhadap suatu konstruk yang diukur menggunakan M indikator. Sementara itu, e_i mengacu pada kesalahan pengukuran dari indikator tersebut, dan $\text{var}(e_i)$ menggambarkan varians dari kesalahan pengukuran, yang dihitung dengan rumus $1 - l_i^2$. Secara umum, nilai loading berkisar antara 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima dalam konteks penelitian yang bersifat eksploratif. Namun, untuk studi yang berada pada tahap lebih lanjut atau konfirmatori, nilai loading yang ideal berada di rentang antara 0,70 hingga 0,95 (Hair et al., 2022).

c) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu indikator memiliki korelasi positif dengan indikator lain yang mengukur konstruk yang sama. Untuk menguji validitas konvergen pada level konstruk, salah satu indikator yang paling sering digunakan adalah *average variance extracted* (AVE).

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^M l_i^2}{M}$$

Dimana l_i merepresentasikan *standardized outer loading* dari indikator ke- i pada suatu konstruk yang diukur menggunakan M indikator. Berdasarkan pendapat Hair et al., (2022), nilai AVE sebaiknya berada di atas 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten mampu menjelaskan lebih dari separuh varians dari indikator-indikator yang dimilikinya secara memadai.

d) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan merujuk pada sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan secara empiris dari konstruk lainnya. Pengujian validitas ini

dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu *Fornell-Larcker Criterion*, *Crossloading*, dan rasio *Heterotrait Monotrait Ratio*. Proses evaluasi dilakukan dengan menelaah hubungan antara konstruk laten dan kelompok indikator yang merepresentasikannya. Suatu konstruk dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar konstruk laten lainnya (Hair et al., 2022).

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah memastikan bahwa konstruk yang digunakan telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas, tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi terhadap model struktural. Langkah ini krusial untuk menilai sejauh mana kekuatan dan ketepatan model yang dibangun.

Menurut Hair et al., (2022), terdapat beberapa tahapan penting dalam mengevaluasi model struktural, yaitu: menguji potensi kolinearitas, mengevaluasi besaran dan signifikansi dari hubungan antar jalur struktural, menilai nilai R^2 , mengevaluasi efek ukuran menggunakan F^2 , dan menilai kemampuan prediktif model melalui nilai Q^2 . Uraian tiap tahapan dijelaskan sebagai berikut:

a) Analisis *Multicollinearity*

Untuk mengidentifikasi adanya multikolinearitas dalam model PLS-SEM, dilakukan pemeriksaan terhadap nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF melebihi angka 5, maka hal tersebut mengindikasikan kemungkinan adanya masalah multikolinearitas. Namun, jika nilai VIF berada di bawah 5, maka multikolinearitas dianggap tidak menjadi isu yang signifikan. Jika ditemukan kolinearitas yang sangat tinggi, seperti ditunjukkan oleh nilai $VIF \geq 5$, maka disarankan untuk mempertimbangkan penghapusan indikator tertentu yang memiliki keterkaitan tinggi (Hair et al., 2022).

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

Uji ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai *R-Square* mencerminkan pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen secara substansial, yang dihitung berdasarkan kuadrat dari korelasi antara nilai aktual dan nilai prediksi pada konstruk endogen tertentu. Berdasarkan panduan dari Hair et al., (2022), nilai *R-Square* sebesar 0,75 menunjukkan tingkat penjelasan yang kuat, 0,50 dianggap sedang, dan 0,25 dikategorikan sebagai lemah.

c) Analisis *F-Square* (F^2)

Selain digunakan untuk menilai kekuatan prediksi model, nilai R^2 juga dapat dimanfaatkan untuk menghitung *effect size* F^2 , yang berguna dalam mengevaluasi signifikansi hubungan antar variabel dalam model struktural. Analisis ini membantu menentukan apakah terdapat pengaruh yang berarti dari variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Hair et al., (2022), pengaruh struktural suatu variabel dikategorikan besar jika nilai F^2 mencapai 0,35, sedang jika sebesar 0,15, dan kecil apabila nilainya hanya 0,02. Adapun rumus untuk menghitung nilai F^2 adalah sebagai berikut:

$$F^2 = \frac{R_{include}^2 - R_{exclude}^2}{1 - R_{include}^2}$$

Nilai R^2 included dan R^2 excluded masing-masing menunjukkan nilai *R-Square* dari konstruk laten endogen ketika variabel laten eksogen tertentu dimasukkan atau dikeluarkan dari model.

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

Analisis ini digunakan untuk menilai sejauh mana model dan parameter prediktifnya mampu menghasilkan nilai prediksi yang baik. Nilai statistik Q^2 diperoleh melalui metode *PLS Predict* dan dihitung menggunakan *Q-Square Predict* ($Q^2predict$), yang merupakan pendekatan terbaru menggantikan metode *Stone-Geisser* atau teknik *blindfolding*, sebagaimana dijelaskan dalam Hair et al., (2022). Jika nilai

Q^2 lebih dari 0, maka model dianggap memiliki *predictive relevance* yang memadai. Sebaliknya, apabila Q^2 bernilai kurang dari 0, maka kemampuan prediktif model tersebut dinilai kurang baik.

e) *Analisis Goodness of Fit (GoF)*

Berbeda dengan pendekatan SEM berbasis kovariansi, dalam PLS-SEM pengujian *Goodness of Fit (GoF)* tidak tersedia langsung dalam output SmartPLS sehingga perlu dihitung secara manual. Pengujian ini dirancang untuk menilai kualitas model pengukuran dan struktural secara menyeluruh, serta memberikan cara sederhana dalam mengevaluasi kesesuaian dan kemampuan prediktif model. Berdasarkan Hair et al., (2022), nilai GoF dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori: 0,10 (kecil), 0,25 (sedang), dan 0,36 (besar). Rumus perhitungannya disajikan sebagai berikut:

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

3.7.3 Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Tahapan akhir dalam analisis data menggunakan pendekatan PLS-SEM adalah melakukan pengujian statistik, yang sering disebut sebagai uji *t*. Uji ini dilakukan berdasarkan hasil *bootstrapping* atau melalui nilai *path coefficient* (koefisien jalur). Proses pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai *t*-hitung terhadap *t*-tabel. Jika nilai *t*-hitung melebihi *t*-tabel, maka hipotesis dapat diterima (*t*-hitung > *t*-tabel). Selain itu, pengambilan keputusan juga dapat didasarkan pada nilai *p-value*. Dengan asumsi tingkat signifikansi 5%, maka hipotesis dinyatakan signifikan apabila *p-value* kurang dari 0,05 (< 0,05), dan sebaliknya jika lebih besar maka hipotesis ditolak (Hair et al., 2022). Adapun rumusan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Country of Origin* tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk Moisturizer Laboré

$H_a : \beta > 0$, artinya *Country of Origin* berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian produk Moisturizer Laboré

b. Hipotesis Kedua

$H_0 : \beta = 0$, artinya *Online Customer Review* di platform *Female Daily* tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk Moisturizer Laboré

$H_a : \beta > 0$, artinya *Online Customer Review* di platform *Female Daily* berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian produk Moisturizer Laboré.