

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh *religiosity* terhadap sikap dan implikasinya pada *purchase intention*. Penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu dua variabel endogen (variabel akibat) dan satu variabel eksogen (variabel penyebab). Variabel eksogen pada penelitian ini adalah variabel *religiosity* (X) sebagai variabel independen. Variabel *religiosity* terdiri atas beberapa dimensi. Dimensi *religiosity* terdiri atas *religious belief* (X₁), *religious practice* (X₂), *religious knowledge* (X₃), *religious experience* (X₄), dan *religious consequence* (X_{1.5}). Variabel endogen pada penelitian ini adalah sikap (Y₁) sebagai variabel antara (*intervening variabel*) dan *purchase intention* (Y₂) sebagai variabel dependen. Sikap terdiri atas variabel indikator kognitif, afektif dan perilaku. *Purchase intention* terdiri atas variabel indikator minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif.

Metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). Penelitian ini dilakukan dengan jangka waktu 1-4 bulan. Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional* (Maholtra, 2010). Unit analisis yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu Anggota Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FoSSEI).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi dari sesuatu (Maholtra, 2010:100). Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan, memberi gambaran secara sistematis, faktual dan akurat, mengatasi fakta-fakta, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki tanpa menghubungkan variabel lain atau membuat perbandingan.

Maksud dari penelitian deskriptif ini yaitu untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai *islamic religiosity*, sikap dan *purchase intention*.

Penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas yaitu penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (*cause and effect*) yaitu hubungan antara variabel independen (yang mempengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi) (Maholtra, 2010:85). Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *islamic religiosity* terhadap sikap dan implikasinya pada *purchase intention*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. *Explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut (Maholtra, 2010:96). Metode penelitian eksperimen merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh *treatment* (perlakuan) tertentu. Metode survei yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Kesimpulan dari hasil penelitian survei ini berlaku umum (*general*) untuk seluruh wilayah yang menjadi sasaran. Berdasarkan pengertian *explanatory survey* menurut ahli, metode penelitian ini dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas atau variabel *independent* (X) dan variabel terikat atau variabel *dependent* (Y). Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti untuk memahami dan menjelaskan variabel dependen, atau untuk menjelaskan dan memprediksi variabilitas dari variabel dependen (Sekaran, 2003:88). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negatif (Sekaran, 2003:89).

Berdasarkan objek penelitian yang telah disampaikan, diketahui bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purchase intention* sebagai variabel *dependent* (Y), *religiosity* dan sikap sebagai variabel *independent* (X).

Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1..

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Subvariabel	Konsep Subvariabel/Dimensi	Variabel/ Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Purchase Intention</i> (Y ₂)	Sebuah indikasi niat yang menunjukkan kemungkinan bahwa konsumen akan merencanakan atau bersedia membeli produk atau layanan tertentu di masa depan	Minat transaksional	Tingkat Ketertarikan untuk menggunakan Fintech syariah	Interval	1
		Minat referensial	Tingkat Kecenderungan Menginformasikan Fintech syariah	Interval	2
		Minat preferensial	Tingkat minat mengutamakan pilihan Fintech syariah	Interval	3
		Minat eksploratif	Tingkat Minat Pencarian informasi mengenai Fintech syariah	Interval	4
Sikap (Y ₁)	Suatu respons berdasarkan kepercayaan pelanggan dan evaluasi/penilaian menyeluruh baik menguntungkan atau tidak menguntungkan, secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang terikat.	Kognitif	Tingkat Keyakinan individu tentang suatu objek	Interval	5
		Afektif	Tingkat Perasaan individu terhadap objek yang mungkin positif atau negatif	Interval	6
		Prilaku	Tingkat keyakinan bahwa pembelian akan masuk akal	Interval	7
<i>Islamic Religiosity</i> (X)	Tingkat komitmen seorang muslim terhadap keyakinan agama dan kepatuhan terhadap ketentuan-ketentuan yang berpedoman pada kitab suci Alquran dan Sunnah				

Variabel/ Subvariabel	Konsep Subvariabel/Dimensi	Variabel/ Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
	<i>Religious belief (X₁)</i>	Keimanan kepada Allah, Malaikat dan Rasul	Tingkat Keimanan kepada Allah, Malaikat dan Rasul	Interval	8
		Keyakinan Alquran sebagai pedoman kehidupan	Tingkat Keyakinan Alquran sebagai pedoman kehidupan	Interval	9
		Keimanan kepada Hari Akhir	Tingkat Keimanan kepada Hari Akhir	Interval	10
		Keimanan kepada Qadar	Tingkat Keimanan kepada Qadar	Interval	11
	<i>Religious practice (X₂)</i>	Menunaikan zakat	Intensitas Menunaikan zakat, sedekah	Interval	12
		Melaksanakan Puasa	Intensitas Melaksanakan Puasa	Interval	13
	<i>Religious knowledge (X₃)</i>	Pengetahuan terhadap perintah dan larangan	Tingkat Pengetahuan terhadap perintah dan larangan	Interval	14
		Pengetahuan terhadap sesuatu yang Halal dan Haram	Tingkat Pengetahuan terhadap sesuatu yang Halal dan Haram	Interval	15
	<i>Religious experience (X₄)</i>	kesedihan dan penyesalan ketika melakukan sesuatu yang dilarang	Tingkat kesedihan dan penyesalan ketika melakukan sesuatu yang dilarang	Interval	16
		Rasa takut kepada Allah (<i>khauf</i>)	Intensitas Rasa takut kepada Allah (<i>khauf</i>)	Interval	17
		Pengharapan atas rahmat Allah (<i>ra'ja</i>)	Intensitas Pengharapan atas rahmat Allah (<i>ra'ja</i>)	Interval	18
	<i>Religious consequence (X₅)</i>	Menjaga diri dari dosa-dosa walaupun kecil	Menjaga diri dari dosa-dosa walaupun kecil	Interval	19

Variabel/ Subvariabel	Konsep Subvariabel/Dimensi	Variabel/ Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
		Menghindari aktivitas yang menyakiti orang lain	Menghindari aktivitas yang menyakiti orang lain	Interval	20
		Membantu orang lain	Membantu orang lain	Interval	21

Sumber : diolah dari beberapa literatur

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian. Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain (Hermawan, 2006:168). Berikut ini merupakan penjelasan mengenai data primer dan sekunder menurut (Malhotra, 2015:89 dan 92):

1. Data primer yaitu data yang berasal dari peneliti, khusus untuk mengatasi masalah penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei pada Anggota Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam.
2. Data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan untuk tujuan lain selain masalah yang ditangani dan terdiri dari dua jenis yaitu data sekunder internal dan eksternal. Data internal adalah data yang dihasilkan dalam organisasi yang penelitian sedang dilakukan. Data eksternal adalah data yang dihasilkan oleh sumber di luar organisasi. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu data literature, artikel, jurnal, situs internet dan berbagai sumber informasi lainnya.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1	Tingkat Peralihan ke Fintech Berdasarkan Negara 2016	Sekunder	https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/09/world_fintech_report_2017.pdf
2	Pengguna Fintech Berdasarkan Segmentasi Konsumen 2016	Sekunder	https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/09/world_fintech_report_2017.pdf

Encep Bahaudin, 2020

PENGARUH RELIGIOSITY TERHADAP SIKAP DAN IMPLIKASINYA PADA PURCHASE INTENTION ISLAMIC FINANCIAL TECHNOLOGY JENIS PEER TO PEER LENDING SYARIAH (SURVEI TERHADAP ANGGOTA FORUM SILATURAHIM STUDI EKONOMI ISLAM)

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

No	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
3	<i>Global Fintech Financing Activity By Region 2010 - 2017</i>	Sekunder	https://www.dinarstandard.com/wp-content/uploads/2018/12/Islamic-Fintech-Report-2018.pdf
4	Data Pengguna Layanan Fintech Indonesia	Sekunder	https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/04/jumlah-peminjam-fintech-p2p-lending-mencapai-28-juta-akun
5	Tingkat Pemahaman Pengguna Internet Terhadap Fintech	Sekunder	<i>Fintech Report DailySocial</i> 2018
6	Pengguna Fintech di Indonesia	Sekunder	<i>Fintech Report DailySocial</i> 2018
7	<i>Marketshare</i> Industri Keuangan Syariah	Sekunder	Okezone.com 2018 dan Laporan Tahunan Otoritas Jasa Keuangan 2016

Sumber: Hasil pengolahan data dan referensi

3.2.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah total dari semua elemen yang terbagi dalam beberapa seperangkat karakteristik. Tujuan dari sebagian besar proyek riset adalah untuk memperoleh informasi tentang karakteristik suatu populasi dengan cara mengambil sensus ataupun sampel (Malhotra, 2015). Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti (Hermawan, 2006:143).

Populasi perlu diidentifikasi secara tepat dan akurat sejak awal penelitian. Populasi yang tidak diidentifikasikan dengan baik, memungkinkan akan menghasilkan sebuah kesimpulan penelitian yang keliru. Hasil penelitian tersebut kemungkinan tidak akan memberikan informasi yang relevan karena tidak tepatnya penentuan populasi (Hermawan, 2006:143). Berdasarkan pengertian mengenai populasi, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam yang berjumlah 17.000 orang (Republika, 2018).

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah populasi yang terpilih untuk dianalisis. Sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Maholtra, 2010). Suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti yang disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti atau representatif.

Sampel adalah bagian dari populasi merupakan sub kelompok atau bagian dari populasi (Sekaran, 2003).

Pada penelitian ini, tidak memungkinkan semua populasi dapat diteliti oleh penulis, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga dan keterbatasan waktu yang tersedia. Peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Suatu sampel diperlukan dalam rangka mempermudah melakukan penelitian dan berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi dari, dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut.

Teknik penarikan sampel yang dilakukan mengacu pada *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari anggota FoSSEI yang telah mendapat informasi dan memahami tentang Fintech *peer to peer lending syariah*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji model atau variabel yang ada pada teori apakah sesuai dengan data empirisnya. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling- Partial Least Square* (SEM-PLS). Dalam analisis SEM-PLS sampel yang dibutuhkan identik dengan data yang jauh lebih kecil. Ukuran sampel kecil dengan persyaratan minimal dengan estimasi yaitu 30-100 sampel atau: 10 kali dari besarnya indikator terbanyak yang digunakan untuk mengukur 1 variabel laten, atau 10 kali dari jumlah jalur struktural terbanyak yang ditunjukkan ke variabel laten tertentu dalam model struktural (Sarwono, 2012). Indikator terbanyak terpadat pada variabel *purchase intention* sejumlah 4 indikator, maka sampel minimal yang harus terpenuhi adalah 40 orang.

Penentuan jumlah sampel responden minimal pada penelitian ini didasarkan pada pernyataan Supranto (2010) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang baik dapat ditentukan dengan cara, jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikali lima (5) sampai sepuluh (10). Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini, perhitungannya adalah 21 pertanyaan x 5 = 105, maka sampel minimal penelitian yang digunakan adalah sebanyak 105 sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan bagian integral dari desain penelitian dengan masing-masing kelebihan dan kekurangan tersendiri. Masalah yang diteliti dengan menggunakan metode yang tepat akan meningkatkan nilai dari sebuah penelitian (Sekaran, 2003:223). Penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data, diantaranya:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis baik online maupun offline kepada responden anggota Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam Kuesioner yang disebarkan kepada responden mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan indikator pada variabel hubungan *islamic religiosity*, sikap dan *purchase intention*. Responden akan memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang tepat.

2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, terdiri dari studi literature mengenai *islamic religiosity*, sikap dan *purchase intention*. Literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu : a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, c) Jurnal Ekonomi dan Bisnis, d) Media cetak (majalah dan koran) dan e) Media Elektronik (Internet).

3.2.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Berbagai metode pengumpulan data tidak selalu mudah dan proses pengumpulan data seringkali terjadi adanya pemalsuan data. Oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Untuk menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian yang disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yakni uji validitas dan realibilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliable, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian harus valid dan reliabel.

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu dengan yang lain dan mempunyai bobot yang sama serta menggunakan skala pengukuran *semantic differential*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program *Statistical Product for Service Solutions (SPSS) 25.0 for windows*.

3.2.6.1 Rancangan Pengujian Validitas

Validitas berkaitan dengan ketepatan penggunaan indikator untuk menjelaskan arti konsep yang sedang diteliti. Sementara itu, reliabilitas berkaitan dengan konsistensi suatu indikator (Priyono, 2016:86).

Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang akan membuktikan seberapa baik hasil dari penggunaan yang diperoleh sesuai dengan teori-teori di sekitar yang dirancang dalam tes (Sekaran, 2003:207). Hal ini dinilai melalui konvergen dan diskriminan validitas, yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Kevalidan suatu instrumen dihitung menggunakan rumus korelasi *product moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Sumber: (Sugiyono, 2002:248)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Encep Bahaudin, 2020

PENGARUH RELIGIOSITY TERHADAP SIKAP DAN IMPLIKASINYA PADA PURCHASE INTENTION ISLAMIC FINANCIAL TECHNOLOGY JENIS PEER TO PEER LENDING SYARIAH (SURVEI TERHADAP ANGGOTA FORUM SILATURAHIM STUDI EKONOMI ISLAM)

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

N = Banyaknya responden

Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan terhadap taraf signifikan tertentu, artinya ada koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: (Sugiyono, 2002:248)

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan t_{tabel} ($r_{hitung} \geq t_{tabel}$)
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($r_{hitung} < t_{tabel}$)

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dalam penelitian ini akan diuji validitas dari instrument sikap dan *purchase intention* sebagai variabel Y, *islamic religiosity* sebagai variabel X.

3.2.6.2 Rancangan Pengujian Realiabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh yang mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dengan kata lain, reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran, 2003:203).

Malhotra (2015:226) mendefinisikan reabilitas sebagai sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi yang berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel.

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan mencari nilai Alpha Cronbach. Keputusan uji reliabilitas dapat dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien >0.6 (Haryono & Siswoyo, 2017).

Pengujiuan reliabilitas instrument juga dapat dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown yaitu :

$$r_1 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Sumber: (Sugiyono, 2002:190)

Keterangan :

r_1 = reliabilitas seluruh instrument

r_b = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Keputusan uji reliabilitas dapat juga ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

Pengujian realibilitas tersebut menurut Sugiyono (2002:190) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

3.2.7. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Berdasarkan kuisisioner yang diuji pada 35 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas ($df = n-2$) ($35-2=33$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,3338 Hasil pengujian validitas dengan menggunakan program SPSS 25.0 *for windows* menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner valid. karena skor r hitung lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,3338.

TABEL 3.3
HASIL UJI VALIDITAS Y2 (*PURCHASE INTENTION*)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
Minat Transaksional				
1	Ketertarikan untuk menggunakan layanan <i>peer to peer lending</i> syariah	0.789	0.338	Valid
Minat Referensial				
2	Saya tertarik untuk menginformasikan <i>peer to peer lending</i> syariah kepada orang lain	0.893	0.338	Valid
Minat Preferensial				
3	Saya akan mengutamakan <i>peer to peer lending</i> syariah dibanding konvensional	0.696	0.338	Valid
Minat Eksploratif				
4	Saya tertarik mencari informasi <i>peer to peer lending</i> syariah	0.682	0.338	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2019

Hasil uji validitas instrumen *purchase intention* pada Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid. Nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Berdasarkan hasil pengujian pada instrumen variabel *purchase intention*, indikator minat rereferensial dengan r_{hitung} 0,893 memiliki nilai tertinggi. Nilai terendah terdapat pada indikator minat eksploratif dengan nilai r_{hitung} 0,682.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS Y1 (SIKAP)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
Kognitif				
5	<i>Peer to peer lending</i> syariah sebagai solusi untuk kebutuhan pendanaan UMKM	0.783	0.338	Valid
Afektif				
6	Saya senang dengan adanya <i>peer to peer lending</i> syariah	0.841	0.338	Valid
Prilaku				
7	Saya akan menggunakan <i>Peer to peer lending</i> syariah jika nanti saya membutuhkan	0.818	0.338	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2019

Hasil uji validitas instrumen sikap pada Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid. Nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Berdasarkan hasil pengujian pada instrumen variabel sikap, indikator afektif dengan r_{hitung} 0,841 memiliki nilai tertinggi. Nilai terendah terdapat pada indikator kognitif dengan nilai r_{hitung} 0,682.

TABEL 3.5
HASIL UJI VALIDITAS X (RELIGIOSITY)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
Belief				
8	Saya beriman terhadap Allah Ta'ala, Malaikat dan Rasul	0.913	0.338	Valid
9	Saya selalu meyakini Al-Qur'an sebagai pedoman kehidupan dan menjadikannya landasan atas apa yang akan saya lakukan	0.948	0.338	Valid
10	Saya beriman terhadap Hari Akhir	0.948	0.338	Valid
11	Saya beriman terhadap takdir dan selalu ridha atas taqdir	0.958	0.338	Valid
Practice				
12	Saya senang membayar zakat tepat waktu dan suka bersedekah	0.901	0.338	Valid
13	Saya senang melaksanakan puasa Sunnah	0.921	0.338	Valid
Knowledge				
14	Saya telah belajar tentang perintah dan larangan dalam agama	0.912	0.338	Valid
15	Saya telah belajar tentang halal dan haram	0.918	0.338	Valid
Experience				
16	Saya selalu merasa sedih dan menyesal setelah melakukan sesuatu yang dilarang	0.751	0.338	Valid
17	Saya selalu memohon lindungan Allah Ta'ala dari ancaman siksa selepas shalat	0.858	0.338	Valid
18	Saya selalu memohon rahmat Allah Ta'ala selepas shalat	0.789	0.338	Valid
Consequence				
19	Saya selalu berusaha menjaga diri dari dosa-dosa kecil	0.874	0.338	Valid
20	Saya selalu berusaha menghindari aktivitas yang menyakiti orang lain	0.894	0.338	Valid
21	Saya selalu berusaha membantu orang lain	0.784	0.338	Valid

Sumber : Pengolahan Data 2019

Hasil uji validitas instrumen *religiosity* pada Tabel 3.5 menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid. Nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Nilai terendah terdapat pada dimensi *experience* dengan pernyataan “saya selalu merasa sedih dan menyesal setelah melakukan sesuatu yang dilarang” dengan nilai r_{hitung} 0,751. Dimensi *belief* memiliki nilai r_{hitung} tertinggi sebesar 0,958 pada indikator keimanan terhadap takdir.

Hasil penujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 25.0 for windows (Tabel 3.6) menunjukkan instrumen yang digunakan reliabel. Keputusan uji reliabilitas reliabel apabila nilai koefisien > 0.6. Nilai yang didapatkan lebih besar 0.6. Hal ini menunjukkan instrumen penelitian ini reliabel

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Guttman Split-Half Coefficient	Keterangan
1	<i>Purchase Intentions</i>	0,769	0,761	Reliabel
2	Sikap	0,741	0,665	Reliabel
3	<i>Belief</i>	0,956	0,988	Reliabel
4	<i>Practice</i>	0,793	0,793	Reliabel

Encep Bahaudin, 2020

PENGARUH RELIGIOSITY TERHADAP SIKAP DAN IMPLIKASINYA PADA PURCHASE INTENTION ISLAMIC FINANCIAL TECHNOLOGY JENIS PEER TO PEER LENDING SYARIAH (SURVEI TERHADAP ANGGOTA FORUM SILATURAHIM STUDI EKONOMI ISLAM)

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

5	<i>Knowledge</i>	0,805	0,805	Reliabel
6	<i>Experience</i>	0,711	0,611	Reliabel
7	<i>Consequence</i>	0,802	0.601	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data *SPSS 25.0 for windows*.

3.2.8. Rancangan Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran, 2003:32). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas reponden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
 - a. Memberi skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis data, kegiatan ini merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus statistik dan menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.
5. Pengujian, kegiatan ini dilakukan untuk menguji hipotesis. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* dengan *Partial Least Square* (SEM-PLS).

Penelitian ini meneliti pengaruh *religiosity* (X_1) terhadap sikap (Y_1).dan implikasinya pada *purchase intention* (Y_2). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *semantic differential scale* yang biasanya menunjukkan skala tujuh poin dengan atribut bipolar mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden (Sekaran, 2003:197). Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka seperti pada Tabel 3.7 berikut.

Encep Bahaudin, 2020

PENGARUH RELIGIOSITY TERHADAP SIKAP DAN IMPLIKASINYA PADA PURCHASE INTENTION ISLAMIC FINANCIAL TECHNOLOGY JENIS PEER TO PEER LENDING SYARIAH (SURVEI TERHADAP ANGGOTA FORUM SILATURAHIM STUDI EKONOMI ISLAM)

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

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF JAWABAN POSITIF DAN NEGATIF

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi/ Sangat Setuju/ Sangat Sering	Rentang Jawaban							Sangat Rendah/ Tidak Setuju/ Sangat Jarang
		7	6	5	4	3	2	1	
Positif		7	6	5	4	3	2	1	Negatif

Sumber: Dimodifikasi dari Sekaran (2003:197)

3.2.8.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan variabel yang terdapat pada data penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *religiosity* (X) terhadap sikap (Y_1). dan implikasinya pada *purchase intention* (Y_2). Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif Variabel X

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap *islamic religiosity* dengan dimensi : 1) *religious belief*, 2) *religious practice*, 3) *religious knowledge*, 4) *religious experience*, dan 5) *religious consequence*.

2. Analisis Deskriptif Variabel Y

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap sikap dan *purchase intention*. Variabel sikap diteliti melalui indikator: 1) kognitif, 2) afektif dan 3) prilaku. Variabel *purchase intention* diteliti dengan indikator: 1) minat transaksional, 2) minat referensial, 3) minat preferensial, dan 4) minat eksploratif.

Analisis deskriptif yang menggunakan angket pada penelitian ini akan dibantu oleh program SPSS 25.0 melalui distribusi frekuensi. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100% Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.8 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden sebagai berikut.

Encep Bahaudin, 2020

PENGARUH RELIGIOSITY TERHADAP SIKAP DAN IMPLIKASINYA PADA PURCHASE INTENTION ISLAMIC FINANCIAL TECHNOLOGY JENIS PEER TO PEER LENDING SYARIAH (SURVEI TERHADAP ANGGOTA FORUM SILATURAHIM STUDI EKONOMI ISLAM)

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

TABEL 3.8
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangan
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985:184)

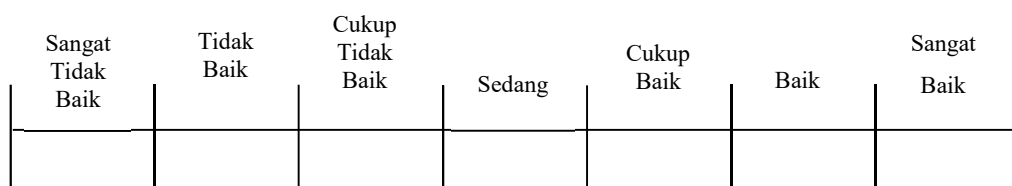
Tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti dapat diketahui berdasarkan garis kontinum. Garis kontinum adalah garis yang digunakan untuk menganalisa, mengukur, dan menunjukkan seberapa besar tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti, sesuai instrumen yang digunakan. Jumlah pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner penelitian cukup banyak sehingga diperlukan skoring untuk memudahkan dalam proses penilaian dan akan membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Pemberian skoring dalam kuesioner harus memenuhi ketentuan dalam penentuan skoring. Berikut adalah rumus untuk mencari hasil skor ideal:

$$\text{Nilai Indeks Maksimum} = \frac{\text{Nilai Interval Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Item} \times \text{Jumlah Responden}}{\text{Jumlah Butir Item} \times \text{Jumlah Responden}}$$

$$\text{Nilai Indeks Minimum} = \frac{\text{Nilai Interval Terendah} \times \text{Jumlah Butir Item} \times \text{Jumlah Responden}}{\text{Jumlah Butir Item} \times \text{Jumlah Responden}}$$

$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{Nilai Indeks Maksimum} - \text{Nilai Indeks Minimum}}{\text{Banyak Interval}}$$

$$\text{Persentase Skor} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Nilai Indeks Maksimum}} \times 100\%$$



GAMBAR 3. 1
GARIS KONTINUM

3.2.8.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Tahap selanjutnya setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul dan dilakukan analisis deskriptif, maka dilakukan analisis data verifikatif. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk

Encep Bahaudin, 2020

PENGARUH RELIGIOSITY TERHADAP SIKAP DAN IMPLIKASINYA PADA PURCHASE INTENTION ISLAMIC FINANCIAL TECHNOLOGY JENIS PEER TO PEER LENDING SYARIAH (SURVEI TERHADAP ANGGOTA FORUM SILATURAHIM STUDI EKONOMI ISLAM)

menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil maupun praktek dari ilmu itu sendiri sehingga tujuan dari penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Arifin, 2011:17).

Teknik analisis data verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh *religiosity* (X_1) terhadap sikap (Y_1) dan implikasinya pada *purchase intention* (Y_2). Teknik analisis data verifikatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* dengan *Partial Least Square* (SEM-PLS). SEM dengan PLS digunakan saat tujuan penelitian ialah memprediksi dan mengembangkan teori. Hal ini berlainan dengan SEM yang berbasis kovarian yang ditujukan untuk menguji teori yang ada dan konfirmasi. Disamping itu, SEM-PLS juga digunakan untuk memprediksi variabel laten endogenous atau mengidentifikasi variabel-variabel utama jika riset merupakan riset eksploratori atau perluasan suatu teori struktural yang ada. SEM-PLS dapat menentukan apakah model yang diajukan yaitu serangkaian hubungan kausalitas antara variabel laten dan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya secara simultan dapat diterima atau ditolak. Mengingat penelitian ini untuk menguji teori, maka analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan SEM-PLS dengan bantuan *tools SmartPLS 3.0* versi 3.2.8.

Pendekatan SEM-PLS mengasumsikan bahwa data tidak harus berdistribusi normal (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), *sample* yang digunakan tidak harus besar, digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten, indikator yang digunakan dapat berbentuk reflektif maupun formatif, lebih menitik beratkan pada data dan prosedur yang terbatas, dapat menghindari dua masalah serius yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy*. PLS SEM memungkinkan model sangat kompleks dengan banyak variabel laten dan indikator (Sarwono, 2012).

Penggunaan SEM-PLS tidak memperhatikan asumsi-asumsi *Ordinary Least Square* (OLS) regresi seperti data harus berdistribusi normal secara *multivariate* dan tidak adanya *outlier* dan *problem* multikolonieritas antar variabel eksogen. Pengujian dengan menggunakan SEM-PLS dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, mengabaikan beberapa asumsi dan ketepatan parameter model prediksi dapat dilihat

dari nilai determinasi atau *R-Square*, selain itu estimasi parameter dapat dilakukan tanpa memenuhi persyaratan *goodness of fit*.

Berikut merupakan langkah-langkah analisa data dengan menggunakan *tools* PLS :

1. Merancang Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model yang kadang disebut juga dengan *inner relation*, *structural model* dan *substantive theory* menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substansi teori. Model persamaannya dapat ditulis seperti dibawah ini:

$$\mathcal{D} = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

\mathcal{D} menggambarkan vektor variabel laten endogen (dependen), ξ adalah vektor variabel laten eksogen, ζ adalah vektor variabel residual (*unexplained variance*). Pada dasarnya PLS ini mendesain model *recursive*, maka hubungan antar variabel laten, setiap variabel laten dependen \mathcal{D} , atau biasa disebut dengan *causal chain system* dari variabel laten dapat dispesifikasikan berikut ini:

$$\mathcal{D}_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

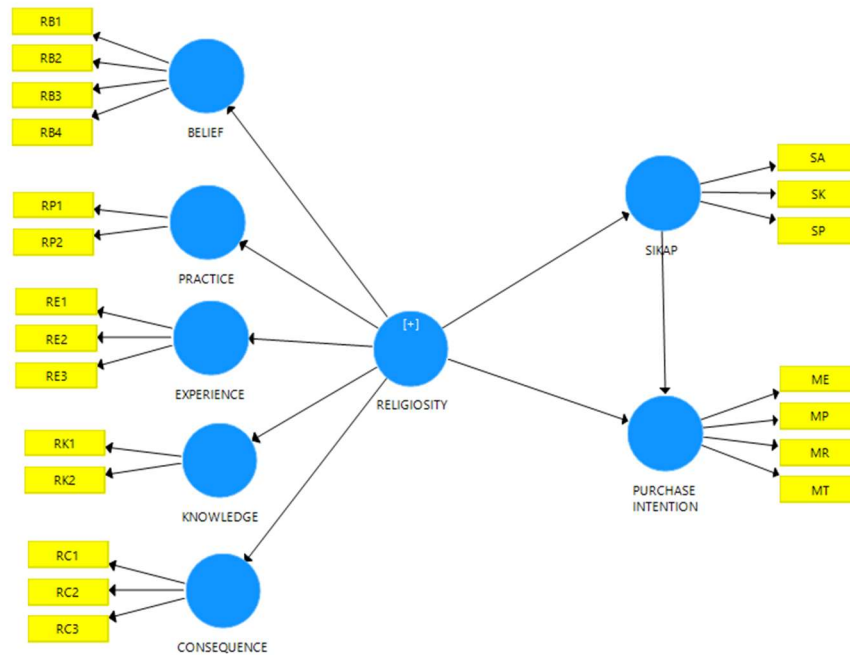
β_{ji} dan γ_{jb} adalah koefisien jalur yang menghubungkan prediktor endogen dan laten eksogen ξ dan \mathcal{D} sepanjang range indeks i dan b dan ζ_j adalah *inner residual variable*.

Setelah menentukan hubungan antar variabel laten dalam *inner model*, selanjutnya adalah merancang *outer model*. *Outer model* sering juga disebut *outer relation* atau *measurement model* mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Dalam penelitian ini, blok indikator yang digunakan adalah blok indikator refleksif dengan persamaan sebagai berikut:

$$X = \Lambda_x \xi + \epsilon_x$$

$$Y = \Lambda_y \eta + \epsilon_y$$

X dan Y adalah indikator atau *manifest* variabel untuk variabel laten eksogen dan endogen ξ dan η , sedangkan Λ_x dan Λ_y merupakan matrik *loading* yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya. Sementara itu, ϵ_x dan ϵ_y adalah simbol kesalahan pengukuran atau *noise*. Adapun rancangan model penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



GAMBAR 3.2
RANCANGAN MODEL PENELITIAN PENGARUH *RELIGIOSITY*
TERHADAP SIKAP DAN IMPLIKASINYA PADA *PURCHASE INTENTION*

Model penelitian ini dibangun atas variabel *religiosity*, sikap dan *purchase intention*. *Religiosity* sebagai *high order construct* dibangun oleh dimensi *belief*, *practice*, *knowledge*, *experience* dan *consequence* pada jenjang *lower order construct*. *Second order construct* terdiri atas *high order construct* dan *lower order*. Sikap diukur melalui indikator kognitif (SK), afektif (SA) dan perilaku (SP). Variabel *purchase intention* diukur melalui indikator minat transaksional (MT), minat referensial (MR), minat preferensial (MP), dan minat ekspolaratif (ME)

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

PLS tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter, maka teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan. Model pengukuran atau *outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi dengan validitas konvergen dan validitas diskriminan dari indikatornya dan *composite reliability* untuk blok indikator. Pada *high order construct* tidak dilakukan uji validitas namun tetap dilakukan uji reliabilitas konstruk untuk mendapatkan konsistensi internal konstruk (Abdullah & Hartono, 2015). Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Sehingga

dalam evaluasi ini akan menganalisis validitas, reliabilitas serta melihat tingkat prediksi setiap indikator terhadap variabel laten dengan menganalisis hal-hal berikut :

- a. Validitas konvergen yaitu untuk mengetahui masing-masing skor indikator pada setiap variabel harus memiliki tipe hubungan yang baik. Model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksi individual ini dikatakan valid apabila nilainya lebih dari *outer loading* $>0,70$, *communality* >0.5 dan *Average Variance Extracted* (AVE) >0.5 (Abdullah & Hartono, 2015).
- b. Validitas diskriminan,, uji ini dinilai berdasarkan *cross-loading* pengukuran dengan konstruk atau dengan kata lain melihat tingkat prediksi konstruk laten terhadap blok indikatornya. Validitas diskriminan dikatakan cukup apabila nilai *cross-loading* >0.7 dalam satu variabel atau akar kuadrat AVE setiap variabel laten lebih besar dari korelasi antar variabel laten.
- c. *Average Variance Extracted* (AVE), yaitu pengujian untuk menilai rata-rata *communality* pada setiap variabel laten dalam model reflektif. Nilai AVE harus di atas 0.50, yang mana nilai tersebut mengungkapkan bahwa setidaknya faktor laten mampu menjelaskan setiap indikator sebesar setengah dari *variance*.
- d. *Composite Reliability*, pengujian ini dilakukan untuk mengukur internal konsistensi atau mengukur reliabilitas model pengukuran dan nilainya harus di atas 0.70. *Composite reliability* merupakan uji alternatif lain dari *cronbach"s alpha*, apabila dibandingkan hasil pengujiannya maka *composite reliability* lebih akurat daripada *cronbach"s alpha*.

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau *inner model* dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun *robust* dan akurat. Model ini dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. Analisis *R-Square* (R²) untuk variabel laten endogen yaitu hasil *R-square* sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat” dan “lemah”. Uji ini bertujuan

untuk menjelaskan besarnya proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Interpretasinya yaitu perubahan nilai *R-Square* digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*.

- b. Analisis *Multicollinearity* yaitu pengujian ada tidaknya multikolinearitas dalam model SEM-PLS yang dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* < 0.20 atau nilai VIF > 5 maka diduga terdapat multikolinearitas.
- c. Analisis *F₂* untuk *effect size* yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten. Nilai *F₂* sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 mengindikasikan prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat struktural.
- d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance* yaitu analisis untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Rumus untuk mencari nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut:

$$Q_2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)$$

- e. Analisis *Goodness of Fit* (GoF), berbeda dengan SEM berbasis kovarian, dalam SEM-PLS pengujian GoF dilakukan secara manual karena tidak termasuk dalam output *SmartPLS*. Kategori nilai GoF yaitu 0.1, 0.25 dan 0.38 yang dikategorikan kecil, medium dan besar. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

4. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Tahap selanjutnya pada pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik atau uji t dengan menganalisis pada hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka hipotesis diterima. Selain itu, untuk melihat uji hipotesis dalam PLS-SEM dapat dilihat dari nilai *p-value*, apabila nilai *p-value* lebih

kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dan begitupun sebaliknya (Abdullah & Hartono, 2015).

3.2.8.3 Rancangan Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal (Priyono, 2016:66).

Pengujian hipotesis adalah sebuah cara pengujian jika pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku mengalami pemeriksaan ketat (Sekaran, 2003:418). Rancangan analisis untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistik yang tepat. Untuk mencari antara hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih.

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau variabel independen yaitu *islamic religiosity* (X_1), sikap (Y_1) sebagai variabel *intervening*, sedangkan variabel dependen adalah *purchase intention* (Y_2) dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis SEM untuk semua variabel tersebut.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. H1 : *Religiosity* memiliki pengaruh positif terhadap sikap.

Ho : $p\text{-value} > 0,05$ artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *religiosity* terhadap sikap

Ha : $p\text{-value} < 0,05$, artinya terdapat pengaruh positif dari *religiosity* terhadap sikap

2. H2 : *Religiosity* memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap *purchase intention*.

Ho : $p\text{-value} > 0,05$ artinya tidak terdapat pengaruh positif secara langsung dari *religiosity* terhadap *purchase intention*

Ha : $p\text{-value} < 0,05$, artinya terdapat pengaruh positif secara langsung dari *religiosity* terhadap *purchase intention*

3. H3 : Sikap memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*

Ho : $p\text{-value} > 0,05$, artinya tidak terdapat pengaruh positif dari sikap terhadap *purchase intention*

Ha : $p\text{-value} < 0,05$ artinya terdapat pengaruh positif dari sikap terhadap *purchase intention*

4. H4 : Sikap memiliki pengaruh mediasi hubungan *religiosity* terhadap *purchase intention*

Ho : $p\text{-value} > 0,05$, artinya sikap tidak memiliki pengaruh mediasi hubungan *religiosity* terhadap *purchase intention*

Ha : $p\text{-value} < 0,05$ artinya sikap memiliki pengaruh mediasi hubungan *religiosity* terhadap *purchase intention*