

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran dari suatu penelitian. Menurut Umar (2014), objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek yang akan diteliti adalah tingkat keputusan pembelian konsumen Muslim dalam membeli produk di Shopee. Adapun subjek penelitian ini adalah Konsumen Muslim Shopee di Indonesia. Penelitian ini berbentuk penyebaran angket atau kuisisioner yang dibagikan dengan menggunakan *Google Form* kepada para konsumen muslim *E-Commerce Shopee* yang tersebar di Indonesia dan akan dilaksanakan pada Bulan Juni-Juli tahun 2020.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu kualitatif, kuantitatif, dan *mix method*. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan pengumpulan data dalam bentuk angka-angka yang umumnya dikumpulkan melalui pertanyaan terstruktur (Sekaran & Bougie, 2017).

Dapat dijelaskan bahwa pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian menggunakan analisis data yang berbentuk angka, dengan tujuan mengembangkan model sistematis dan teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti (Suryani & Hendryadi, 2015). Kemudian, dalam penelitian ini digunakan metode survei yang merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data berupa angka-angka. Oleh karena itu, penelitian kali ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif.

3.3. Desain Penelitian

Desain penelitian (*research design*) adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi (Sekaran & Bougie, 2017).

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain deskriptif dan kausalitas. Studi deskriptif sering kali di desain untuk mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik orang, kejadian, atau situasi. Hal ini juga melibatkan pengumpulan data kuantitatif seperti tingkat kepuasan, jumlah produksi, jumlah penjualan, atau data demografi. Sehingga dengan melalui penelitian deskriptif dapat diketahui secara jelas gambaran mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun dalam penelitian ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen muslim dalam keputusan pembelian produk di *e-commerce Shopee*.

Sementara kausalitas menurut Ferdinand (2014) merupakan penelitian yang digunakan untuk mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab-akibat (*cause-effect*) antar beberapa konsep atau beberapa variabel dan kemudian akan ditarik kesimpulan secara umum. Studi kausal dapat didefinisikan inti dari pendekatan ilmiah untuk penelitian. Studi kausal ini menguji apakah variabel menyebabkan variabel yang lainnya berubah atau tidak (Sekaran & Bougie, 2017). Selain itu, dalam penelitian ini juga digunakan metode survei untuk mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Strategi survei sangat populer dalam penelitian bisnis, karena hal ini membuat peneliti dapat mengumpulkan data kualitatif maupun kuantitatif untuk banyak jenis pertanyaan penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Data yang diambil pada penelitian ini didapat dari responden yang berjumlah 250 orang yang berasal dari seluruh daerah di Indonesia dan memiliki kriteria yaitu masyarakat muslim Indonesia yang sudah pernah bertransaksi di *e-commerce Shopee*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner melalui *Google Form*.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Pengolahan data pada penelitian ini dibantu dengan alat analisis perangkat lunak *smartpls*. Adapun dalam penelitian ini juga menjelaskan pengaruh variabel *Halal Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk-produk di *E-Commerce Shopee*, serta menjelaskan pengaruh tingkat religiositas dalam memoderasi *halal awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen di *Shopee*.

Muhamad Wafa Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

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

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

b. Variabel Independen (X)

Variabel bebas adalah variabel sebab (*cause variable*) atau sesuatu yang mengondisikan terjadinya perubahan dalam variabel lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah tingkat Religiositas (Z) dan tingkat *Halal Awareness* (X).

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

No	Variabel/Definisi	Indikator	Skala
1	Religiositas (Z) Religiositas adalah sejauh mana seorang individu untuk berkomitmen kepada agama yang dianutnya dan dengan agama itulah akan tercermin sikap dan perilaku individu tersebut, termasuk dalam kegiatan konsumsi. Erikawa (2016).	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensi Keyakinan. • Dimensi Ibadah. • Dimensi Penghayatan. • Dimensi Pengetahuan Agama • Dimensi Konsekuensi 	Interval
2	<i>Halal Awareness</i> (X) Kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang Muslim tentang apa itu halal, mengetahui proses penyembelihan yang benar, dan memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi.(Yunus, Rashid, Ariffin dan Rashid, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman atau Pengetahuan halal • Sadar akan Halal • Prioritas membeli produk halal • Kebersihan dan keamanan produk 	Interval
3	Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian adalah sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara actual melakukan pembelian pada suatu produk (Tjiptono, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kebutuhan akan produk. • Tingkat kualitas produk • Tingkat kepercayaan • Tingkat popularitas • Tingkat kemudahan mendapatkan produk 	Interval

3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Muhamad Wafa Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

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

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, sedangkan sampel adalah subset dari populasi tersebut (Ferdinand, 2014). Populasi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki objek dan subjek tersebut. *Millennial generation* atau generasi Z, yang akrab disebut *generation me* atau *echo boomers*. Secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. Para pakar menggolongkannya berdasarkan tahun awal dan akhir. Penggolongan generasi Z terbentuk bagi mereka yang lahir pada tahun 1995 s/d 2005. Data BPS (Biro Pusat Statistik) pada tahun 2018 mencatat, bahwa populasi generasi millennial adalah sekitar 90 juta jiwa (Aji, 2019). Adapun kriteria populasi dalam penelitian ini adalah generasi muslim se-Indonesia yang merupakan konsumen yang pernah bertransaksi di *E-Commerce Shopee*.

Teknik pengambilan sampel konsumen yang digunakan adalah *non-probability sampling* di mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Adapun jenis *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan. Teknik *purposive sampling* ini artinya pengambilan sampel terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memilikinya, atau mereka memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan peneliti (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui berapa banyaknya dan peneliti tidak dapat memastikan jumlah populasi tersebut secara akurat. Oleh karena itu, untuk menentukan ukuran sampel digunakan Jacob Cohen dalam (Nazir, 2011).

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

F2 = *Effect size*

u = Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

Muhamad Wafa Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

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

L = Fungsi power dari u, diperoleh dari tabel Power (p) = 0,95 dan effect size (F2) = 0,1

L tabel dengan t.s 1% power 0,95 dan u = 5 adalah 19,76

Berdasarkan rumus tersebut, didapatkan hasil sesuai dengan perhitungan berikut ini:

$$N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1$$

$$N = 203,6$$

Jadi, berdasarkan hasil perhitungan rumus tersebut penelitian ini mengambil 203 responden untuk diteliti. Dari hasil perhitungan maka dapat diperoleh jumlah sampel minimal yang akan diteliti adalah 203,6 kemudian dibulatkan menjadi 204 sampel. Jadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk di *e-commerce Shopee*. Untuk itu, kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen muslim Indonesia yang pernah bertransaksi di *e-commerce Shopee*.

3.3.3 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.3.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian (Indrawan, 2014). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner atau angket. Penyebaran kuesioner ini dilakukan menggunakan *google form* kemudian di sebar melalui sosial media. Pengukuran instrumen dikembangkan dengan menggunakan skala pengukuran *semantic differential*.

Instrumen penelitian yang digunakan akan disajikan dalam bentuk skala *semantic differential* (diferensial semantik). Skala yang diperkenalkan oleh Osgood (1957) ini adalah instrumen yang digunakan dalam menilai suatu konsep perangsang pada seperangkat skala bipolar tujuh langkah dari satu ujung sampai dengan ujung yang lain dalam rangkaian kesatuan. Skala diferensial semantik adalah suatu instrumen yang digunakan dalam menilai suatu konsep perangsang

Muhamad Wafa Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

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

pada seperangkat skala bipolar tujuh langkah dari satu ujung sampai dengan ujung yang lain dalam rangkaian kesatuan (Margono, 2013).

Margono (2013) juga menyatakan bahwa pasangan-pasangan kata sifat biasanya dipisahkan oleh 7 kategori respons yang merupakan unit-unit yang sama sepanjang kontinum kata sifat yang berlawanan. Oleh karena itu, setiap ujung yang terdiri atas pernyataan bertolak belakang akan dipisahkan oleh satu garis kontinum yang berisi 7 buah angka, yaitu angka 1 hingga angka 7 dengan urutan dari kiri ke kanan.

Tabel 3. 2
Skala Pengukuran Semantic Differential

Contoh:

No	Pertanyaan Kiri	Rentang Jawaban	Pertanyaan Kanan
1.	Sulit Digunakan	1 2 3 4 5 6 7	Mudah Digunakan
2.	Tidak Sadar Akan Halal	1 2 3 4 5 6 7	Sadar Akan Halal
3.	Tidak Mengetahui Bahan Produk	1 2 3 4 5 6 7	Mengetahui Bahan Produk
4.	Tidak Mengetahui Ajaran-Ajaran Agama	1 2 3 4 5 6 7	Mengetahui Ajaran-Ajaran Agama

Sumber: (Margono, 2013)

Langkah selanjutnya adalah mengkategorikan masing-masing variabel sebelum data dianalisis lebih lanjut untuk menjawab rumusan hipotesis.

Adapun untuk pengkategorian variabel digunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Kategori

Skala	Kategori
$X > (\mu + 1,0\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma)$	Sedang
$X < (\mu - 1,0\sigma)$	Rendah

Sumber: (Azwar, 2006)

Keterangan:

X = Skor Empiris

μ = Rata-rata teoritis (skor min + skor maks/2)

σ = Simpangan baku teoritis (skor maks – skor min/6)

3.3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Angket/Kuisisioner

1. Angket/kuisisioner, yaitu penyebaran daftar pertanyaan penelitian kepada responden penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen muslim di Indonesia yang pernah bertransaksi di Shopee. Teknik kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan data yang hasilnya lebih objektif karena kuisisioner dapat dilakukan kepada orang banyak sekaligus dan mengefesienkan waktu karna waktunya singkat (Aco & Endang, 2017).

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap berbagai buku, literatur, catatan serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2011).

3.3.4 Teknik Analisis Data

3.3.4.1 Teknik Analisis Deskriptif

Untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama tentang bagaimana tingkat religiositas dan *halal awareness* terhadap keputusan pembelian, maka dijawab dengan menggunakan analisis statistik deskriptif. Studi deskriptif sering kali di desain untuk pengumpulan data kuantitati seperti tingkat kepuasan, jumlah

Muhamad Wafa Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

produksi, jumlah penjualan atau data demografi (Sekaran & Bougie, 2017). Terdapat prosedur yang dilakukan untuk mengelola data sebagai berikut:

1. *Editing*, merupakan kegiatan memeriksa angket yang telah diisi dan dikumpulkan, di mana pemeriksaan yang dilakukan berupa kelengkapan pengisian angket secara keseluruhan.
2. *Scoring*, yaitu pemberian skor untuk setiap opsi dari item yang dipilih oleh responden untuk menjawab pertanyaan kuesioner. Memberi skor dengan menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan dalam angket menggunakan skala *semantic differential*.
3. *Tabulating*, merupakan perhitungan hasil skor yang dikumpulkan menjadi tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item pada setiap variabel.
4. Rancangan analisis deskriptif, dalam tahap ini dilakukan analisis dengan beberapa langkah berikut:

- 1) Menentukan jumlah skor kriterium

$$\mathbf{SK = ST \times JB \times JR}$$

Keterangan:

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Bulir

JR = Jumlah Responden

- 2) Membandingkan jumlah skor dari hasil angket dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil angket menggunakan rumus

$$\mathbf{\Sigma X1 = X1 + X2 + X3 + \dots + Xn}$$

Keterangan:

X1 = Jumlah skor hasil angket variabel

X1 – Xn = Jumlah Skor angket masing-masing responden

- 3) Membuat daerah ketegori kontinum

Dalam penelitian ini dapat dilihat gambaran variabel yang diharapkan oleh responden secara keseluruhan dengan cara membagi daerah kategori kontinum ke dalam tiga tingkat.

Tinggi = ST X JB X JR

Sedang = SS X JB X JR

Muhamad Wafa Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Rendah = SR X JB X JR

Keterangan;

ST= Skor Tinggi

SS = Skor Sedang

SR= Skor Rendah

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

- 4) Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{3}$$

- 5) Menentukan tingkatan daerah dengan kategori kontinum tinggi, sedang dan rendah. Caranya dengan menambahkan selisih dari mulai kontinum tinggi sampai rendah.



Studi deskriptif juga membantu peneliti untuk (Sekaran & Bougie, 2017):

1. Memahami karakteristik kelompok dalam situasi tertentu, misalnya penjelasan segmen pasar tertentu.
2. Berpikir secara sistematis mengenai aspek-aspek dalam situasi tertentu.
3. Memberikan ide-ide untuk penyelidikan lebih lanjut.
4. Membantu membuat keputusan (sederhana) yang pasti, seperti keputusan yang berhubungan dengan penggunaan saluran komunikasi khusus.

3.3.4.2 Teknik Analisis Kausalitas

Studi kausal adalah inti dari pendekatan ilmiah untuk penelitian. Studi ini menguji tentang apakah satu variabel menyebabkan variabel yang lain berubah atau tidak. Dalam studi kausal (*causal study*), peneliti sendiri memiliki ketertarikan untuk menjelaskan satu atau lebih faktor yang menyebabkan masalah. Dapat diartikan bahwa maksud untuk melakukan studi kausal adalah agar mampu menyatakan bahwa variabel X menyebabkan variabel Y. Sehingga, jika variabel X dihilangkan atau diubah dengan cara tertentu, masalah Y terpecahkan (Sekaran & Bougie, 2017). Ada empat kondisi yang harus terpenuhi agar dapat menjelaskan

Muhamad Wafa Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

cara menemukan hubungan kausal, berikut urutan kondisinya:

1. Variabel bebas dan terikat harus kovarians.
2. Variabel bebas (dianggap sebagai factor kausal) harus mendahului variabel terikat.
3. Seharusnya tidak ada faktor lain yang menjadi kemungkinan penyebab perubahan dalam variabel terikat.
4. Dibutuhkan penjelasan logis (teori) dan hal tersebut seharusnya mengapa variabel bebas memengaruhi variabel terikat.

3.3.4.3 Analisis SEM-PLS

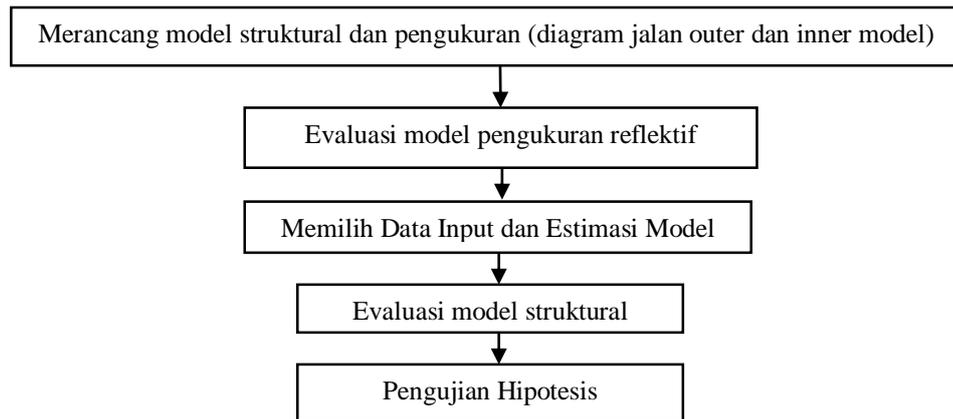
Analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Dengan kata lain, analisis data juga dapat diartikan sebagai proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di implementasikan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah *partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. (PLS) adalah metode untuk menghubungkan variasi dalam satu atau beberapa variabel respon (variabel Y atau variabel dependen) dengan variasi beberapa prediktor (variabel X), dengan *explanatory* atau *predictive purpose*.

PLS digunakan untuk menemukan hubungan mendasar antara dua matriks (X dan Y), yaitu pendekatan variabel laten untuk memodelkan struktur kovarian di dua ruang ini. Regresi PLS sangat cocok ketika matriks prediktor memiliki lebih banyak variabel daripada pengamatan, dan ketika ada multikolinieritas di antara nilai X (Ghazali, 2014). Alasan menggunakan SEM-PLS yaitu tujuan penelitian untuk kepentingan memprediksi model, tidak berpaku pada banyak uji asumsi dan karena peneliti cenderung menggunakan data yang lebih kecil. Selain itu juga, PLS digunakan untuk mengetahui pengaruh indikator-indikator dalam sebuah variabel, karena pada alat analisis atau metode analisis data yang lain tidak dapat mengukur indikator-indikator variabel secara lebih spesifik.

Muhamad Wafa Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Partial Least Square bukan hanya merupakan analisis yang fungsi utamanya untuk perancangan model, tetapi juga dapat digunakan untuk konfirmasi teori dan dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Analisis data dan pemodelan persamaan struktural dengan menggunakan *software smartPLS* dalam (Ghazali, 2014), dengan langkah-langkah sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Tahapan Pengujian PLS-SEM

1. Merancang Model Struktural (*Inner Model*) dan Pengukuran (*Outer Model*)
 - a. *Inner Model*

Inner model memiliki fungsi untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *Substantive theory*. Dalam penelitian ini, model struktural dibentuk berdasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian. Model persamaan dari inner model adalah sebagai berikut:

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

Dimana η adalah vektor variabel endogen (dependen), ξ adalah vektor variabel laten eksogen dan adalah vektor residual (*unexplained variance*).

Oleh karena PLS didesain untuk model rekursif, maka hubungan antar

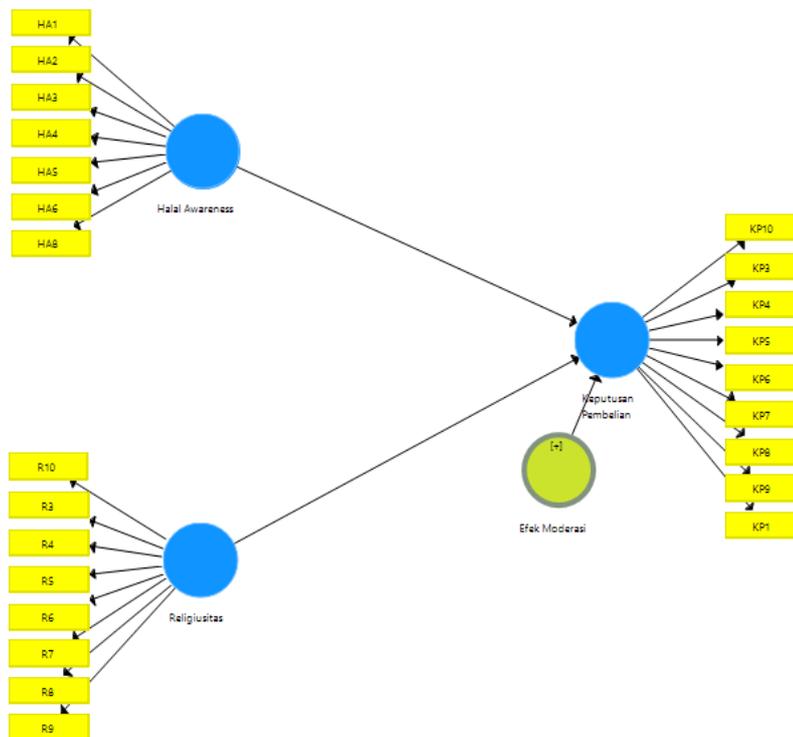
$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

variabel laten, berlaku untuk setiap variabel laten dependen, atau disebut sebagai *causal chain system* dari variabel laten dapat dijelaskan sebagai berikut:

Muhamad wata Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Dimana γ_{jb} (dalam bentuk matriks dilambangkan dengan Γ) adalah koefisien jalur yang menyatukan variabel laten endogen (η) dengan eksogen (ξ). Sedangkan β_{ji} (dalam bentuk matriks dilambangkan dengan β) adalah koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen (η) dengan endogen (η); untuk range indeks i dan b . Parameter ζ_j adalah variabel *inner* residual. Adapun variabel laten endogen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian, sedangkan variabel eksogennya yaitu *Halal Awareness* dan *Religiositas*.



Gambar 3. 2
Model Penelitian
Sumber: Output smartpls 3.0

b. *Outer Model*

Muhamad Wafa Rizaldi, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Outer model, merupakan spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya, disebut juga dengan outer relation atau *measurement model*, mendefinisikan karakteristik konstruk dengan variabel manifestnya. persamaannya model indikator refleksif dijelaskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} X &= \Lambda_x \xi + \delta_x \\ Y &= \Lambda_y \eta + \epsilon_y \end{aligned}$$

Dimana x dan y adalah indikator untuk variabel laten eksogen (ξ) dan endogen (η). Sedangkan Λ_x dan Λ_y merupakan matriks *loading* yang menggambarkan seperti koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya. *Residual* yang diukur dengan δ dan ϵ dapat diinterpretasikan sebagai kesalahan pengukuran atau *noise*.

2. Evaluasi Model Pengukuran Refleksif

Model evaluasi dalam PLS berdasarkan pada pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non-parametrik. Hal ini karena 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 *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composite reliability* untuk blok indikator. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa measurement 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. *Convergent Validity* yaitu pengujian yang dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksi individual ini dikatakan tinggi apabila nilainya lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun menurut Chin dikutip dalam (Ghozali, 2014) mengungkapkan bahwa untuk penelitian tahap awal nilai loading 0,5-0,6 dianggap cukup baik.

Convergent validity adalah alat yang digunakan untuk mengukur validitas reflektif sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat melalui nilai *outer loadings* dari masing-masing indikator variabel (Juliana, 2017).

b. *Discriminant Validity*, uji ini dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk atau dengan kata lain melihat tingkat prediksi konstruk laten terhadap blok indikatornya. Untuk melihat baik tidaknya prediksi variabel laten terhadap blok indikatornya dapat dilihat pada nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)*. Prediksi dikatakan memiliki nilai AVE yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE setiap variabel laten lebih besar dari korelasi antar variabel laten.

c. *Average Variance Extracted (AVE)*, yaitu pengujian untuk menilai rata-rata communalities 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

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. Penjelasanannya 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 PLS-SEM 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 (Garson, 2016).

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: $Q^2 = 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2)$

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*. Menurut Tenenhaus dalam Hussein (2015) kategori nilai GoF yaitu 0.1, 0.25 dan 0.38 yang dikategorikan kecil, medium dan besar.

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 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), 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 begitu pun sebaliknya (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017). Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

Muharini, 2020

ANALISIS HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

a. Hipotesis Pertama

$H_0: \beta \leq 0$, artinya tingkat *halal awareness* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

$H_a: \beta > 0$, artinya tingkat *halal awareness* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

b. Hipotesis Kedua

$H_0: \beta \leq 0$, artinya religiositas tidak memoderasi pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian.

$H_a: \beta > 0$, artinya religiositas memoderasi pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian.