

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 UMKM Di Kota Jakarta

Pemerintah Jakarta Barat mendukung perkembangan usaha terhadap para UMKM yang ada di kota Jakarta Barat, Pemerintah kota Jakarta Barat meminta pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di wilayah tersebut untuk menggunakan situs web Jakpreneur sebanyak mungkin. Tujuannya adalah untuk membantu mereka berkolaborasi dengan para pemangku kepentingan dan membantu mereka mengembangkan bisnis mereka sendiri (Syukur, 2023). Dalam Pergub Nomor 2 Pasal 1 ayat 6 Tahun 2020 tentang penyelenggaraan pengembangan kewirausahaan terpadu (Jakpreneur), yang lebih dikenal sebagai pengembangan kewirausahaan terpadu, bertujuan untuk meningkatkan potensi, keterampilan, dan kemandirian melalui kerja sama antar pemerintah Provinsi DKI Jakarta, dunia pendidikan, dunia usaha, masyarakat, dan lembaga atau pihak lainnya. Program Jakpreneur menawarkan Program 7P untuk pengembangan usaha dalam upaya mengembangkan UMKM ini.

Sesuai dengan dinas koperasi dan UMKM Republik Indonesia (2008), Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang mengarah ke beberapa kebutuhan dalam struktur usaha sebagai UMKM:

1. Usaha yang dimiliki oleh individu mempunyai total harta terbanyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak penghitungan area dan bangunan tempat bisnis ditemukan atau memiliki transaksi tahunan tertinggi terus berlanjut sebesar Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha kecil adalah usaha yang dimiliki oleh individu, bukan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan lain, dan mempunyai total kekayaan lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai

dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk kawasan dan bangunan tempat usaha itu didirikan atau mengadakan transaksi tahunan terus lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan dengan limit sebesar Rp2.500.000.000,00 (dua miliar 500.000.000).

3. Usaha menengah adalah usaha yang dimiliki oleh individu, bukan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan lain, dan mempunyai total harta lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling ekstrim Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) menghitung luas dan bangunan tempat bisnis ditemukan atau mengadakan transaksi tahunan yang terus menerus lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar, lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

3.2 Desain Penelitian

Desain riset mengacu pada kerangka kerja yang digunakan dalam mengarahkan proyek riset pemasaran. Studi ini menggunakan instrumen skala Likert yang terdiri dari indikator untuk mengukur sikap, perspektif, dan persepsi seseorang terhadap objek atau fenomena tertentu. Dengan desain penelitian ini, akan lebih mudah bagi peneliti untuk menentukan metode yang tepat untuk digunakan. (Malhotra, 2020)

3.2.1 Jenis Desain Penelitian

Terdapat dua jenis desain penelitian menurut (Malhotra, 2010) :

1. *Exploratory research design*

Merupakan bentuk penelitian yang memberikan wawasan, pemahaman, dan gagasan awal mengenai masalah yang tengah dihadapi oleh peneliti.

2. *Conclusive research design*

Jenis penelitian yang lebih terstruktur dibandingkan dengan desain penelitian eksplorasi.

Peneliti memilih jenis penelitian *Conclusion Research Design* karena berfokus pada pengujian hubungan tertentu. Untuk setiap indikator pernyataan yang diberikan kepada responden, kuesioner dikumpulkan dengan skala Likert dari 1 hingga 5.

Penelitian bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang hubungan spesifik yang terkait dengan objek atau fenomena yang dipelajari, yang dapat memberikan informasi yang lebih terstruktur dan dapat diukur.

3.2.2 Data Penelitian

Dalam penelitian terdapat 2 jenis data (Malhotra & K, 2020), yakni:

1) *Primary Data*

Primary data merupakan sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah penelitian. Pengumpulan data primer memakan waktu yang lama untuk mendapatkan data yang diperlukan.

2) *Secondary Data*

Secondary data merupakan sumber data yang dikumpulkan untuk menyelesaikan permasalahan dari penelitian lain. Data ini tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti atau pihak yang membutuhkannya, tetapi diambil dari sumber lain seperti *database*, situs web, jurnal ilmiah, buku, laporan, dan sumber lainnya.

Dalam penelitian ini, kedua data akan digunakan untuk memperdalam dan memperkaya penelitian ini. Data primer akan diperoleh dan dikumpulkan melalui data survei dengan *Google Form*. Survei tersebut kemudian akan menjadi data utama dan penting karena akan menjawab kebutuhan pertanyaan yang akan diuji.

3.3 Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah-langkah dan teknik yang diterapkan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti. Terdapat dua jenis metode penelitian yang dapat digunakan (Malhotra et al, 2017), yaitu:

1) Metode Kualitatif

Merupakan suatu metode penelitian yang dimana memiliki tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena dengan pengumpulan data yang tidak terstruktur dan tidak terukur. Metode Kualitatif umumnya digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan menggambarkan karakteristik serta kompleksitas dari suatu fenomena, seperti pandangan, persepsi, dan sikap individu atau kelompok, serta faktor sosial, budaya, atau psikologis yang mempengaruhinya.

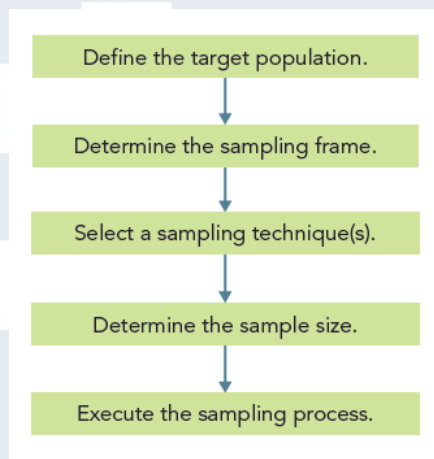
2) Metode kuantitatif

Merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan pendekatan dalam penelitian yang menggunakan pengukuran numerik dan teknik statistik untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Tujuan metode ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel tertentu serta menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan data yang terukur. Metode kuantitatif sering digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis atau teori yang telah ada, serta untuk menghasilkan angka atau statistik yang dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih besar.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. peneliti mengumpulkan informasi melalui kuesioner *online* menggunakan *Google Form* dan memproses data yang diperoleh menggunakan teknik analisis statistik. Informasi tersebut digunakan untuk mengevaluasi dampak dari variabel seperti *Digital Literacy E-commerce Adoption*, *O2O Business Adoption* dan *SME Performance*.

3.4 Populasi dan Sample Penelitian

Menurut Malhotra *et al.*, (2020), terdapat lima langkah dalam melakukan sampling untuk penelitian yang disebut juga dengan *Sampling Design Process*. Prosesnya dimulai dari penetapan target populasi, penentuan sampling frame, pemilihan teknik sampling, menentukan ukuran sampel, dan pelaksanaan proses sampling.



Gambar 3.1 Proses Pengambilan Sample

Sumber: Malhotra (2020)

1. *Define the Target Population*

Populasi adalah keseluruhan elemen yang digabungkan dengan memiliki berbagai karakteristik serupa yang meliputi semuanya untuk kepentingan penelitian Malhotra (2020).

2. *Determine the Sampling Frame*

Sampling frame didefinisikan sebagai elemen yang mewakili populasi dalam sebuah penelitian (Malhotra, 2020). Di dalam penelitian ini, tidak terdapat daftar ataupun arahan untuk target populasi dalam penelitian ini. Oleh karena itu tidak ada *sampling frame* dalam penelitian ini. Dengan tidak adanya daftar atau list dari populasi penelitian, maka penelitian ini tidak dapat menggunakan *probability sampling* dikarenakan terdapat kemungkinan yang tidak sama dalam memilih sampel. Sampel yang dipilih adalah sampel yang memenuhi

kriteria dan penilaian dari peneliti, sehingga digunakan *nonprobability sampling*.

3. *Select a Sampling Technique*

Teknik sampling merupakan metode pemilihan acak atau sistematis individu atau objek dari populasi yang lebih besar, dengan tujuan mewakili populasi tersebut secara keseluruhan. Tujuan penggunaan teknik sampling adalah untuk memfasilitasi pengumpulan data dan analisis dalam penelitian, karena tidak efektif untuk memeriksa setiap individu atau objek dalam populasi secara komprehensif (Malhotra, 2020). Terdapat dua tipe dalam teknik sampling yaitu *non-probability sampling* dan *Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah metode sampling dimana setiap elemen mempunyai probabilitas dalam pemilihan sampel, sementara *non-probability sampling* adalah metode *sampling* yang mengutamakan penilaian yang bersifat subjektif dari peneliti.

Non-probability Sampling merupakan teknik sampling yang dimana individu atau objek dipilih dari populasi tanpa menggunakan acak atau memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Pemilihan sampel dalam sampel *non-probability* didasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditetapkan, seperti ketersediaan, kesulitan untuk dijangkau, atau kebutuhan untuk mengeksplorasi kasus-kasus khusus. *Non-probability Sampling* dibagi beberapa jenis yaitu:

a) *Convenience Sampling*

Teknik yang paling nyaman sebab siapapun dapat dipilih sebagai sampel penelitian sehingga sampel penelitian dapat didapatkan secara mudah (Malhotra, 2020).

b) *Judgemental Sampling*

Elemen populasi akan terpilih untuk dijadikan sampel penelitian berdasarkan penilaian dari peneliti (Malhotra, 2020).

c) *Quota Sampling*

Metode dimana sampel dikumpulkan dari populasi yang memenuhi kriteria tertentu.

d) *Snowball Sampling*

Pemilihan sampel dimulai dari individu atau objek tertentu, kemudian sampel diperoleh melalui referensi dari individu tersebut.

Judgement sampling menjadi metode yang digunakan dalam penelitian ini karena responden harus memenuhi kriteria berikut terkait dengan topik penelitian, yaitu:

- 1) Pemilik UMKM yang berdomisili di Jakarta Barat
- 2) Pemilik UMKM di Jakarta Barat yang menggunakan media *sosial/website/e-commerce* untuk mempromosikan dan/atau menjual produk.

Peserta tidak dapat mengikuti survei jika mereka tidak memenuhi kriteria di atas. Karena klasifikasi bisnis mikro hanya dapat mencakup aset dan pendapatan di bawah Rp50.000.000 diluar bangunan sesuai Undang-Undang Republik Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia.

4. *Determine the Sampling Size*

Menurut (Malhotra, 2017) dalam pengambilan ukuran sampel dapat ditentukan berdasarkan jumlah indikator dikalikan dengan 5. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencari sampel lebih dari yang sudah ditentukan sebagai perkiraan apabila terjadi ketidak lengkapan pada pengisian kuisisioner penelitian ini.

3.4.2 Target Populasi

Menurut Malhotra (Malhotra, 2020), target populasi adalah kelompok objek penelitian yang memberikan informasi yang diperlukan peneliti untuk membuat kesimpulan dan membuat keputusan penelitian. Sample unit

merupakan unit dasar yang terdiri dari sejumlah populasi yang akan digunakan untuk penelitian (Malhotra, 2020). Pemilik usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Jakarta Barat adalah target populasi penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dari 7 September 2023 hingga 4 Desember 2023.

3.4.3 *Sampling Size*

Sampling size merupakan jumlah individu atau objek yang dipilih dari populasi untuk menjadi bagian dari sampel dalam penelitian. Ukuran sampel yang digunakan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tujuan penelitian, tingkat pentingitas yang diinginkan, heterogenitas populasi, dan ketersediaan sumber daya. Penting untuk memilih ukuran sampel yang tepat dalam penelitian karena dapat mempengaruhi validitas dan generalisasi hasil penelitian. Menggunakan ukuran sampel kecil dapat menyebabkan kesalahan pengambilan sampel yang tinggi dan hasil yang tidak akurat, sementara ukurannya yang besar dapat meningkatkan akurasi data penelitian dan kemampuan untuk menyebarluaskan temuan.

Menurut Malhotra (Malhotra, 2020), banyak faktor yang digunakan oleh penelitian akan mempengaruhi ukuran sampel. Salah satu faktor yang akan mempengaruhi ukuran sampel adalah penggunaan pertimbangan kuantitatif dan kualitatif. Jumlah sampel disesuaikan dengan tingkat signifikansi, minimum R^2 , dan jumlah panah yang paling banyak pada struktur (Hair et al., 2014).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Maximum number of arrows pointing at construct	Significance level											
	1%				5%				10%			
	Minimum R ²				Minimum R ²				Minimum R ²			
	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

Tabel 3.1 Sample Size

Sumber: Hair et al. (2014)

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, eksplorasi ini memiliki dua faktor yang mengarah pada variabel endogen. Oleh karena itu, sample yang harus diambil adalah minimum sekitar 110 responden. Dalam hal ini penulis mengambil sebanyak 165 dengan nilai R² tidak kurang dari 0,10 dan tingkat *significant* sebesar 5%.

3.5 Teknik Pengumpulan Data.

3.5.1 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus tahun 2023 dengan melakukan sebuah riset permasalahan, mencari jurnal utama dengan topik yang relevan, menentukan rumusan masalah serta melanjutkan bab 1,2,3 dan 4 pada penelitian, penyebaran kuesioner dan data dikumpulkan dan dilakukan pengolahan serta diuji. Setelahnya itu dibuat kesimpulan dan saran yang didasari hasil uji, proses penelitian ini berlangsung hingga bulan Desember tahun 2023. sehingga membutuhkan total waktu penyusunan penelitian ini sekitar 4 bulan lamanya.

Berikut adalah prosedur dalam mengumpulkan data:

1. Untuk data sekunder, penulis mengumpulkan informasi dan realitas dari buku harian penelitian, situs, dan berita.
2. Penulis membuat ikhtisar pertanyaan jajak pendapat di tabel operasionalisasi variabel berdasarkan eksplorasi sebelumnya.
3. Penulis melakukan *pre-test* dengan 35 responden secara online melalui aplikasi *Google Form* untuk mensurvei semua pertanyaan yang digunakan.
4. Penulis memproses data *pre-test* dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 23 guna menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan dalam kuesioner.
5. Tahap berikutnya dilakukan oleh penulis setelah data yang mereka peroleh terbukti valid dan dapat diandalkan.
6. Menyebarkan angket secara *online*.
7. Penulis memproses data *main-test* dengan menggunakan SmartPLS.

3.5.2 Skala Pengukuran

Metode skala likert 1-5 digunakan untuk menyebarkan kuesioner yang terdiri dari berbagai pertanyaan. Menurut Bougie dan Sekaran (Bougie & Sekaran, 2020), skala likert dibuat untuk mengukur sejauh mana responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 poin. Setelah itu, teknik ini dapat digunakan untuk melakukan analisis statistik sebagai bukti bahwa penelitian itu valid dan dapat diandalkan.

3.6 Identifikasi Variabel Penelitian

Berikut ini penjelasan mengenai beberapa tipe variabel yang digunakan:

3.6.1 Variabel Eksogen

Bougie dan Sekaran (2020) menjelaskan bahwa variabel eksogen memiliki pengaruh terhadap endogen variable dengan berbagai jenis hubungan

seperti positif, negatif, linier, atau tidak linier. Kenaikan atau penurunan eksogen variable akan berpengaruh pada kenaikan atau penurunan endogen variable. Eksogen variable ini dapat dianggap sebagai solusi dari suatu masalah yang dihadapi. Eksogen variable dalam pengujian ini adalah variabel *Digital Literacy* dan *E-Commerce Adoption*.

3.6.2 Variabel Endogen

Bougie dan Sekaran (2020) menjelaskan bahwa Variabel endogen adalah variabel yang menjadi fokus inti dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk memahami, menggambarkan, menjelaskan, atau memprediksi variabilitas dari variabel endogen. Dalam konteks penelitian ini, variabel endogen yang digunakan adalah variabel *E-commerce Adoption* dan *SME Performance*.

3.6.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang dapat disebut juga sebagai variabel eksogen kedua, adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan endogen (Sugiyono, 2017) dalam (Harumi, 2017). Variabel moderasi pada penelitian ini adalah *O2O Business Adoption*. Variable *O2O Business Adoption* menjadi variable moderasi karena konsep bisnis *O2O* diimplementasikan dengan platform *e-commerce* yang menampilkan produk atau jasa secara *offline* dan memenuhi kebutuhan konsumen secara *online* (Hwang *et al.*, 2018). Variabel ini digunakan peneliti mengharapkan hubungan antara variabel eksogen dan endogen bervariasi di berbagai subkelompok atau dalam kondisi tertentu.

3.7 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Referensi	Skala
1	<i>Digital Literacy</i>	Literasi digital adalah kemampuan	DL1	Saya dapat berinteraksi	Zahoor et al. (2023)	<i>Likert</i> 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Referensi	Skala
		menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat, dan mengkomunikasikan konten atau informasi dengan kecakapan kognitif maupun teknikal (Aditya, 2021).	DL2	Saya dapat membuat dan mengembangkan konten digital		
			DL3	Di tempat kerja, saya sering menggunakan teknologi digital untuk berkomunikasi dengan rekan kerja atau pelanggan dalam pekerjaan saya sehari-hari.		
			DL4	Di tempat kerja, saya sering menggunakan		

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Referensi	Skala
			DL5	<p>teknologi digital untuk menghubungi orang lain untuk pekerjaan saya.</p> <p>Saya percaya diri dalam menjelajah, mencari, dan memfilter data, informasi, dan konten digital</p>		
2	<i>E-commerce Adoption</i>	<p>Pengadopsian <i>e-commerce</i> merupakan konektivitas antara pelaku usaha dengan konsumen daring, yang dilihat dari keterampilan konsumen untuk mengecek ketersediaan produk dan harga, mencari dan membandingkan produk serta membuat pesanan dengan menentukan waktu dan lokasi</p>	EA1 EA2	<p>Saya yakin bahwa <i>E-Commerce</i> dapat meningkatkan kualitas dan kecepatan pelayanan pada pelanggan</p> <p>Saya yakin bahwa <i>E-Commerce</i> dapat mempermudah</p>	Nurlinda & Fathimah (2019)	<i>Likert</i> 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Referensi	Skala
		penerimaan produk (Smith, 2018).	EA3	Saya yakin bahwa <i>E-Commerce</i> dapat meningkatkan kinerja usaha		
			EA4	Saya yakin bahwa <i>E-Commerce</i> dapat meningkatkan efisiensi biaya, yang lebih unggul dibanding berbisnis secara konvensional		
3	<i>SME Performance</i>	Pencapaian kinerja UMKM dapat dilihat segi peningkatan penjualan, peningkatan	SP1	Saya merasa bisnis saya mengalami	Buchdadi et al. (2020)	<i>Likert</i> 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Referensi	Skala
		modal usaha, peningkatan pendapatan dan laba usaha, serta adanya peningkatan tenaga kerja yang digunakan, dan adanya perluasan pasar (Rokhayati, 2015).	SP2	peningkatan kepuasan pelanggan Saya merasa pesanan pelanggan dapat dikonfirmasi dengan cepat		
			SP3	Saya merasa bisnis saya mampu meningkatkan jumlah keuntungan dan pangsa pasar dengan inovasi produk		
			SP4	Saya merasa bisnis saya memiliki respon yang cepat terhadap permintaan		

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Referensi	Skala
			SP5	pasar Saya merasa biaya operasional bisnis saya berkurang		
4	<i>O2O Business Adoption</i>	Tingkat penerimaan dan implementasi model bisnis "Online to Offline" di kalangan pelaku industri dan konsumen (Firdaus & Sulistyowati, 2021).	O1 O2 O3	<i>Platform E-Commerce</i> anda terbuka untuk diakses kapanpun Transaksi penjualan melalui <i>E-Commerce</i> dan <i>Platform</i> digital anda cepat dan praktis <i>E-commerce</i> dan platform digital anda mampu memberikan produk dan	(Firdaus & Sulistyowati, 2021)	<i>Likert</i> 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Referensi	Skala
				layanan yang terbaik demi kepentingan konsumen		
			O4	Platform digital dan E-Commerce anda menjamin keamanan bertransaksi dalam aplikasi		
			O5	<i>Platform digital dan E-Commerce</i> anda memberikan berbagai opsi pembayaran		

3.8 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.8.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017), statistik deskriptif adalah statistik yang menggambarkan atau mendeskripsikan data secara eksplisit tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasi atau umum. Nilai frekuensi, yang merupakan mean dari masing-masing indikator, digunakan

sebagai data statistik deskriptif penelitian ini. Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan program SmartPLS Versi 4.

3.8.2 Uji Instrumen

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat utama. Sebelum memasuki tes utama, peneliti memutuskan untuk melakukan tes pra-ujian terhadap 35 orang yang mengisi survei. Peneliti melakukan *pre-test* untuk meyakinkan bahwa target responden mengisi kuesioner dengan benar. Untuk melakukan uji ini, peneliti menggunakan program statistic SPSS versi 23. dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan menjalankan pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas.

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas, seperti yang dinyatakan oleh (Malhotra, 2010), dimaksudkan untuk mengukur karakteristik suatu masalah yang sedang diselidiki. Data kuesioner dapat dianggap valid jika pertanyaannya sesuai dengan indikator penelitian. Dalam pre-test uji validitas, terdapat tiga tipe yang dapat digunakan yaitu :

1) *Content validity*

Penilaian yang emosional namun juga obyektif sehubungan dengan seberapa baik item dalam skala menjawab estimasi saat ini.

2) *Criterion validity*

Digunakan untuk menguji apakah skala estimasi saat ini dapat berfungsi dengan benar sesuai dengan berbagai faktor yang dipilih sebagai aturan signifikan.

3) *Construct validity*

Semacam legitimasi yang menjawab pertanyaan mengenai properti atau perkembangan yang diperkirakan berdasarkan skala. Pencipta eksplorasi ini akan melibatkan pengembangan legitimasi sebagai teknik untuk menguji legitimasi pre-test. Mereka akan mengukur pengertian suatu variabel dengan menggunakan indikator pertanyaan sebagai alat ukur. Jika indikator dapat memenuhi berbagai syarat uji validitas, indikator

tersebut dianggap valid. Berikut adalah persyaratan untuk melakukan uji validitas :

Tabel 3.3 Tabel Persyaratan Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
1	<i>Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling</i> (KMO)	Tujuan (KMO) adalah untuk menentukan apakah analisis faktor dapat dilakukan dan mengevaluasi tingkat interkorelasi antar variabel (Ghozali, 2013, 58).	KMO > 0,5 dinyatakan VALID.
			KMO < 0,5 dinyatakan TIDAK VALID.
2	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	<i>Factor Loading of Component Matrix</i> digunakan untuk menilai measurement models diantara variabel dalam penelitian (Ghozali, 2013).	Component matrix > 0,5 dinyatakan VALID
			Component matrix < 0,5 dinyatakan TIDAK VALID
3	<i>Anti-image Correlation Matrix</i>	<i>Anti-image Correlation Matrix</i> bertujuan untuk menilai apakah suatu variabel telah sesuai dengan syarat yang sudah dibuat (Ghozali, 2013).	MSA > 0,5 dinyatakan VALID
			MSA < 0,5 dinyatakan TIDAK VALID.
4	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	" <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> digunakan untuk menguji apakah suatu variabel berkorelasi terhadap suatu populasi." (Ghozali, 2013).	Sig. < 0,05 hubungan antar variabel dianggap signifikan.

Sumber: Ghozali, (2013)

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berfokus pada skala yang menghasilkan konsistensi ketika pengukuran berulang dari karakteristik (Birks et al., 2017). Reliabilitas merupakan ukuran identifikasi seberapa jauh ukuran tidak menyesatkan atau terbebas dari kesalahan maka pengukuran dapat dikatakan konsisten setiap saat (Sekaran, U., & Bougie, R., 2020). Uji Reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha yang menggunakan SPSS versi 23. Hasil tersebut menunjukkan instrumen reliabel apabila memperoleh $> 0,5$. Hasil yang tidak sesuai dianggap tidak reliabel.

3.8.3 Analisis Data Penelitian

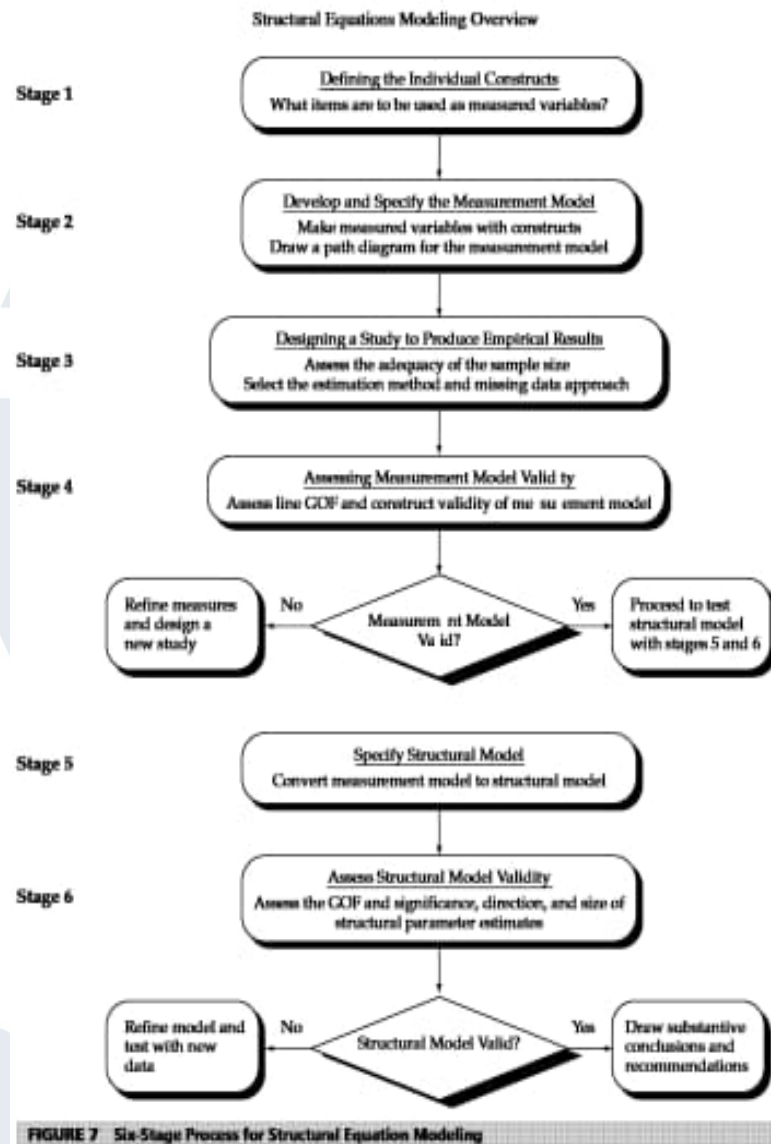
Karena terdapat variabel-variabel dalam penelitian ini yang tidak dapat diukur secara langsung sehingga memerlukan beberapa indikator, maka analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*. SEM juga mempunyai kemampuan untuk mengevaluasi penelitian yang kompleks dan multipel secara bersamaan. Tujuan analisis data dengan *Structural Equation Modeling (SEM)* adalah untuk menilai seberapa baik hubungan antar variabel dalam model penelitian (Malhotra, 2020). SEM terbagi dalam 2 jenis, yakni :

1) *Partial Least Squares SEM (PLS-SEM)*

Tujuannya adalah untuk mengembangkan teori yang relevan untuk penelitian eksplorasi. Jadi, ketika model diperiksa, subjek penelitian akan lebih fokus pada menjelaskan variabel endogen.

2) *Covariance Based SEM (CB-SEM)*

yang berfokus pada pengujian teori bertujuan untuk menentukan secara empiris apakah sebuah teori diterima atau tidak.



Gambar 3.2 Enam tahapan SEM

Sumber: Hair et al., (2010)

Berdasarkan gambar 3.2, (Hair et al., 2010) mengungkapkan bahwa dalam menggunakan SEM, peneliti perlu melakukan enam tahapan, diantaranya:

1) ***Defining the Individual Constructs***

Pada langkah awal, penting untuk menjamin bahwa sifat estimasi menunjukkan bahwa hasil yang dicapai mempunyai kemungkinan yang cukup untuk menjadi sah.

2) ***Develop and Specify the Measurement Model***

Pada tahap kedua, setiap variabel akan diubah menjadi model yang telah ditentukan sebelumnya, dan setiap penanda akan dihubungkan dengan faktor-faktornya.

3) ***Designing a Study to Produce Empirical Results***

Pada tahap ketiga, desain penelitian dan perkiraan model ditetapkan. Desain penelitian menentukan jenis data yang akan diteliti, dan struktur dan penggunaan model akan dibahas.

4) ***Assessing Measurement Model Validity***

Pada tahapan keempat, pengujian dilakukan untuk memastikan validitas data dan memastikan jumlah data telah dipenuhi.

5) ***Specify the Structural Model***

Tahap kelima adalah memeriksa hubungan antar variabel yang diperlukan untuk penetapan model struktural. Ini dilakukan dengan menggunakan teori yang digunakan oleh model yang digunakan. Peneliti menemukan cara masing-masing dari dua variabel berdampak satu sama lain.

6) ***Assess the Structural Model Validity***

Pada tahap terakhir, legitimasi model diuji dan hubungan antara penanda dan faktor dianalisis. Ilmuwan dapat melanjutkan ke tahap berikutnya setelah model estimasi menunjukkan kewajaran.

3.8.4 Measurement Model Fit

Model pengukuran digunakan untuk menampilkan variabel yang diuji dan menilai validitasnya (Malhotra, 2010). Terdapat 3 jenis pengukuran dalam measurement model menurut (Hair et al., 2010), yakni :

1) ***Reliability***

Untuk mengukur kualitas tak tergoyahkan, dua perangkat digunakan *Cronbach's Alpha*, yang memberikan ukuran seberapa solid setiap penanda, dan kualitas Tak *Composite Reliability*, yang merupakan perkiraan nilai tumpukan luar dari setiap penunjuk.

2) *Convergent Validity*

Inti dari validitas konvergen adalah untuk memutuskan apakah hubungan antara faktor-faktor tersebut benar-benar berhubungan dengan mempertimbangkan nilai dari pembebanan luar dan variabel tipikal yang dihilangkan (AVE).

3) *Discriminant Validity*

Dengan mempertimbangkan *cross-loadings* dan kriteria *Fornell-Lacker* untuk mengukur validitas diskriminan, tujuan evaluasi adalah untuk menentukan seberapa unik suatu variabel terhadap indikatornya sendiri atau dengan indikator lain.

Tabel 3.4 Tabel Pengujian *Measurement Model*

Pengukuran	Indikator	Kriteria
<i>Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Cronbach's Alpha 0,7 atau lebih
	<i>Composite Reliability</i>	Nilai Composite Reliability 0,7 atau lebih
<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer Loadings</i>	Nilai Outer Loadings 0,7 atau lebih
	<i>Average Variances Extracted (AVE)</i>	Nilai AVE 0,5 atau lebih
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading Factor</i>	Nilai Cross Loading Factor lebih besar pada variabel sendiri daripada variabel lain
	<i>Fornell - Larcker Criterion</i>	Nilai Fornell – Larcker Criterion harus lebih besar dalam menilai variabelnya sendiri daripada variabel lain

Sumber: Hair et al., (2010)

3.8.5 Structural Model Fit

Selanjutnya, penulis membuat model struktural untuk melihat bagaimana model penelitian memperkirakan fenomena dengan mempertimbangkan bagaimana masing-masing variabel berinteraksi satu sama lain. Ini dilakukan setelah hasil pengukuran model telah dianggap sah dan dapat diandalkan (Hair et al., 2010). Berikut merupakan kriteria dalam pengujian structural model :

Tabel 3.5 Tabel Pengujian *Structural Model*

Kriteria	<i>Rule of Thumb</i>
R - Square (R^2) Adjusted	0.19, 0.33, dan 0.67 menunjukkan nilai (R^2) lemah, moderat, dan kuat.
P-Value	P-Value < 0.5 (<i>Significant level</i> = 5%)

Sumber: Hair et al., (2010)

3.8 Analisis Struktural Model

Tujuan dari pengujian uji hipotesis adalah untuk memutuskan apakah suatu teori diakui atau ditolak (Hair et al., 2010), dan ada dua jenis uji hipotesis :

1) ***Path Coefficient***

Merupakan perkiraan hubungan jalur dalam *structural model*.

2) ***P-value***

Untuk mengetahui diterima atau tidaknya sebuah hipotesis, nilai dari P Value harus kurang dari 0.05 agar sebuah hipotesis dapat diterima begitupun sebaliknya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA