

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *SMEs' performance* dengan *differentiation advantages* dan *innovation capability* sebagai mediasi pada UMKM di DKI Jakarta. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM yang bergerak di bidang manufaktur yang sudah menjalankan bisnisnya selama lebih dari 1 tahun, mempekerjakan minimal 1 karyawan, dan masih aktif hingga saat ini.

UMKM merujuk pada usaha yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha yang telah memenuhi standar sebagai usaha kecil dan menengah (Prodjo, 2022). Seperti yang telah diatur dalam perundang-undangan Nomor 20 tahun 2008, kriteria UMKM dapat digolongkan sesuai dengan jenis usahanya yang meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro

Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Suatu usaha dapat diklasifikasikan sebagai jenis usaha mikro apabila memiliki aset atau kekayaan bersih mencapai Rp 50 juta di luar aset properti, serta memiliki pendapatan usaha maksimal Rp 300 juta.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang independen dan dimiliki oleh individu maupun kelompok, serta tidak berdiri sebagai cabang dari perusahaan utama. Suatu usaha dapat dikategorikan sebagai usaha kecil apabila memiliki pendapatan tahunan yang berkisar antara Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 miliar dan kekayaan bersih sebesar Rp 50 juta hingga Rp 500 juta.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang bukan merupakan cabang atau anak perusahaan dari perusahaan pusat. Suatu usaha dapat dikategorikan sebagai usaha menengah apabila memiliki pendapatan tahunan yang berkisar antara Rp 2,5 miliar sampai dengan Rp 50 miliar dan kekayaan bersih sebesar Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar, tidak termasuk properti tempat usaha.

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian di DKI Jakarta, baik pada tingkat regional maupun nasional. Pejabat Gubernur DKI Jakarta, Heru Budi Hartono, menyebut bahwa sektor UMKM selama ini telah menjadi tulang punggung bagi perekonomian di Jakarta, termasuk menjadi penggerak ekonomi Kota Jakarta (Dirgantara, 2023). Menurut data BPS Provinsi DKI Jakarta, hingga tahun 2022 terdapat hampir sejumlah 1,2 juta UMK di DKI Jakarta yang berkontribusi terhadap 60% PDB dan 97% lapangan pekerjaan di Indonesia.

Para pelaku UMKM tersebut tersebar di seluruh wilayah DKI Jakarta, diantaranya Jakarta Pusat sebanyak 147.745 pelaku usaha, Jakarta Utara sebanyak 217.326 pelaku usaha, Jakarta Barat sebanyak 305.076 pelaku usaha, Jakarta Selatan sebanyak 224.245 pelaku usaha, Jakarta Timur sebanyak 252.953 pelaku usaha, serta Kepulauan Seribu sebanyak 3.735 pelaku usaha (BPS Provinsi DKI Jakarta, 2022). Kondisi perekonomian di Jakarta pada triwulan II 2023 tumbuh sebesar 5,13% dibandingkan dengan Triwulan II 2022, dengan jumlah PDRB sebesar 16,6%. Selain itu, hingga Maret 2023 UMKM juga mampu menurunkan angka kemiskinan sebesar 0,17% dibandingkan tahun sebelumnya (Zaenal, 2023).

Ketika terjadi pelemahan ekonomi pada tahun 2020, Ketua Kadin DKI Jakarta, Diana Dewi, mengungkapkan bahwa sebanyak 85,42% dari seluruh pelaku UMKM hanya akan mampu bertahan selama satu tahun dan diperkirakan akan gulung tikar yang disebabkan karena penurunan penjualan (Suheriadi, 2020). Hingga tahun 2021, Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo), Hariyadi Sukamdani, menyatakan bahwa saat itu hanya ada 33,3% usaha kelas menengah yang mampu mempertahankan bisnisnya selama

lebih dari satu tahun apabila pelemahan ekonomi masih terus berlanjut hingga akhir tahun (Merdeka, 2021). Namun, berdasarkan data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia, hingga tahun 2022 UMKM mulai bangkit secara perlahan. Para pelaku UMKM mulai beradaptasi dengan perkembangan pasar, serta mulai memperhatikan tata cara dan pengelolaan penggunaan teknologi untuk memperluas jangkauan konsumennya. Mereka juga mulai beradaptasi dengan ekosistem digital yang dapat membawa pengaruh signifikan terhadap pendapatan mereka (Melati, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa kedepannya UMKM di Jakarta tentu akan bertahan selama lebih dari satu tahun, bahkan dapat mengalami perkembangan bisnis.

Jakarta Candle, merupakan salah satu contoh UMKM yang berhasil dan mampu meraih omset hingga ratusan juta dari bisnisnya dengan menjual lilin hias. Yulianah dan suami, pemilik Jakarta Candle, memulai bisnisnya sejak tahun 2011 dengan modal 5 juta, dan kini omsetnya menyentuh angka Rp 700 juta per tahun. Hal ini dapat terjadi karena mereka kerap beradaptasi dan melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan era teknologi sehingga mampu bersaing dengan para kompetitor. Yulianah mengikuti Program Khusus Rintisan Eksporir Baru atau *Coaching Program for New Exporters* (CPNE) dimana beliau dapat meningkatkan pemasaran bisnisnya ke luar negeri. Yulianah juga melakukan inovasi pada produknya dengan menggunakan bahan-bahan alami, seperti *beeswax*, *palm wax*, hingga kayu manis (Pratomo, 2024).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.1 Contoh Jakarta Candle sebagai UMKM yang Mampu Bertahan Bahkan Mengalami Keberhasilan
Sumber: detikFinance, 2024

Yulianah mengungkapkan bahwa produk Jakarta Candle baru mulai meledak di pasaran pada tahun 2014-2015, seiring dengan kemunculan platform dagang elektronik dan media sosial. Hingga kini, bahkan Jakarta Candle telah rutin melakukan ekspor ke mancanegara, seperti Singapura, Australia, dan Prancis. Yulianah pun telah menetapkan target selanjutnya, yakni produknya dapat diekspor ke Belanda karena saat ini Jakarta Candle sedang dalam perbincangan dengan beberapa calon klien dari Belanda.

3.2 Desain Penelitian

Menurut (Malhotra, 2019) dalam bukunya yang berjudul “*Marketing Research: An Applied Orientation, Global Edition*”, mendefinisikan desain penelitian sebagai suatu kerangka kerja atau cetak biru yang digunakan oleh seorang peneliti untuk melaksanakan sebuah penelitian. Desain penelitian digambarkan sebagai dasar untuk melaksanakan suatu penelitian. Desain penelitian akan merincikan prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menyusun atau memecahkan masalah dari suatu penelitian secara efektif dan efisien.

3.2.1 Tipe Metodologi Penelitian

Menurut (Saunders et al., 2020), metodologi penelitian diklasifikasikan ke dalam tiga bagian, diantaranya sebagai berikut:

1. *Quantitative Research Design*

Quantitative research design merupakan metode penelitian yang mengkaji hubungan antar variabel yang diukur secara numerik dan dianalisis dengan menggunakan berbagai teknik statistik dan grafis. Penelitian ini sering kali menggabungkan kontrol untuk memastikan validitas data. Untuk menjamin generalisasi, metode ini biasanya menggunakan pengambilan sampel probabilitas.

2. *Qualitative Research Design*

Qualitative research design merupakan metode penelitian yang mempelajari makna dari para partisipan dan hubungan di antara mereka. Dalam penelitian ini, makna tersebut tidak diperoleh dari angka, melainkan melalui kata dan gambar. Karena kata-kata dan gambar mungkin memiliki banyak makna, serta sebagian mungkin memiliki makna yang tidak jelas, maka peneliti perlu mengeksplorasi dan mengklarifikasinya dengan partisipan. Metode yang digunakan ini bersifat tidak terstruktur atau semi terstruktur sehingga pertanyaan, prosedur, dan fokus dapat berubah atau muncul selama proses penelitian yang bersifat naturalistik dan interaktif. Penelitian kualitatif kemungkinan besar menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas.

3. *Mixed Methods Research Design*

Mixed methods research design merupakan metode penelitian yang mengacu pada karakteristik penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Dalam metode campuran ini, teknik kuantitatif dan kualitatif akan digabungkan dalam berbagai cara, dimulai dari bentuk yang sederhana dan bersamaan hingga bentuk yang kompleks dan berurutan.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *quantitative research design* karena penulis hendak mengkaji hubungan antar variabel yang diukur secara numerik dan menganalisisnya dengan teknik statistik untuk mengetahui pengaruhnya terhadap *SMEs' performance* di DKI Jakarta.

3.2.2 Jenis Penelitian

Secara luas, (Malhotra, 2019) mengklasifikasikan desain penelitian ke dalam dua bagian, diantaranya sebagai berikut:

1. *Exploratory Research Design*

Exploratory research design merupakan desain penelitian yang digunakan untuk menyelidiki suatu masalah atau situasi dengan tujuan memberikan wawasan dan pemahaman. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai masalah yang sedang diteliti. Penelitian eksploratif berguna ketika peneliti perlu mendefinisikan masalah dengan lebih tepat, mengidentifikasi tindakan yang relevan, atau mendapatkan informasi tambahan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif. Secara umum, penelitian eksploratif digunakan ketika peneliti belum memiliki pemahaman yang cukup untuk melanjutkan proyek penelitiannya. Karena tidak menerapkan penelitian formal, penelitian eksploratif sering kali dicirikan oleh fleksibilitas dan keserbagunaan dalam hal metodenya.

2. *Conclusive Research Design*

Conclusive research design merupakan desain penelitian yang dilakukan untuk menguji hipotesis tertentu dan menguji hubungan tertentu, sehingga peneliti harus secara jelas menentukan informasi yang dibutuhkan. Penelitian konklusif cenderung lebih formal dan terstruktur dibandingkan dengan penelitian eksploratif. Metode ini melibatkan sampel yang besar dan representatif, serta data yang

dianalisis secara kuantitatif. Desain penelitian konklusif diklasifikasikan ke dalam dua bagian, diantaranya sebagai berikut:

a. *Descriptive Research*

Descriptive research merupakan desain penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan karakteristik atau fungsi suatu pasar. Penelitian deskriptif biasanya didasarkan pada hipotesis-hipotesis spesifik yang telah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti. Dengan demikian, informasi yang diperlukan dapat terdefiniskan secara jelas sehingga hasil penelitian akan lebih terencana dan terstruktur. Penelitian deskriptif biasanya menggunakan pada sampel yang besar dan representatif, serta membutuhkan spesifikasi yang jelas mengenai 5W1H penelitian.

Descriptive research diklasifikasikan lagi ke dalam dua bagian, diantaranya sebagai berikut:

1) *Cross-Sectional Design*

Cross-sectional design hanya melibatkan satu kali pengumpulan informasi dari sampel elemen populasi tertentu. *Cross-sectional design* dibagi lagi ke dalam dua bagian, yaitu *single cross-sectional* dan *multiple cross-sectional*. Pada *single cross-sectional*, hanya satu sampel responden yang diambil dari target populasi dan informasi diperoleh hanya sekali dari sampel tersebut. Desain ini dapat disebut juga sebagai desain penelitian survei sampel (*sample survey research design*).

Sedangkan dalam *multiple cross-sectional*, terdapat dua atau lebih sampel responden dan informasi, namun informasi tetap diperoleh satu kali dari setiap sampelnya. Karena sampel yang diambil

berbeda setiap kali survei dilakukan, maka tidak ada cara untuk membandingkan pengukuran yang dilakukan pada masing-masing responden di seluruh survei.

2) *Longitudinal Design*

Dalam *longitudinal design*, sampel dari elemen populasi akan diukur berulang kali pada variabel yang sama sepanjang periode waktu tertentu. Dengan kata lain, peneliti akan mempelajari orang yang sama dan mengukur variabel yang sama dari waktu ke waktu. Berbeda dengan *cross-sectional design* yang umumnya memberikan gambaran singkat mengenai variabel-variabel yang diteliti pada satu titik waktu tertentu, *longitudinal design* akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perubahan dan perkembangan dari fenomena yang diteliti.

b. *Causal Research*

Causal research merupakan desain penelitian yang digunakan untuk menemukan bukti tentang hubungan sebab akibat antara variabel. Sama halnya penelitian deskriptif, penelitian kausal juga memerlukan desain yang terencana dan terstruktur. Dalam penelitian kausal, variabel kausal atau variabel independen akan dimanipulasi dalam lingkungan yang relatif terkontrol. Lingkungan ini dirancang sedemikian rupa sehingga variabel-variabel lain yang mungkin memengaruhi variabel dependen dapat dikendalikan sebaik mungkin. Setelah memanipulasi variabel, pengaruhnya terhadap satu atau lebih variabel dependen diukur untuk menarik kesimpulan tentang hubungan sebab-akibat.

Desain penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *descriptive research* karena penulis ingin mendapatkan gambaran atau deskripsi tentang bagaimana *entrepreneurial orientation* berpengaruh terhadap *SMEs' performance* di DKI Jakarta melalui mediasi *differentiation advantages* dan *innovation capability*. Penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode survei dalam bentuk kuesioner yang disebarakan kepada para responden secara *online*. Pada penelitian ini, penulis menggunakan tipe *single cross-sectional* dalam *descriptive research* karena penulis hanya mengambil data sebanyak satu kali saja dari masing-masing sampel responden yang diambil dari target populasi.

3.2.3 Data Penelitian

Menurut (Malhotra, 2019), terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. *Primary Data*

Primary data atau data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari peneliti dengan tujuan khusus untuk mengatasi masalah penelitian.

2. *Secondary Data*

Secondary data merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber tertentu dengan tujuan lain di luar dari permasalahan yang ada. Data sekunder mencakup informasi yang diperoleh dari jurnal penelitian, sumber-sumber bisnis dan pemerintah, situs web, serta *database* yang terkomputerisasi.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kedua jenis data penelitian tersebut, yaitu *primary data* dan *secondary data* sebagai sumber data penelitian. Peneliti menggunakan data primer yang diperoleh melalui survei dalam bentuk kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada target responden guna mendapatkan data yang akurat berdasarkan jawaban yang diberikan responden untuk kemudian diolah oleh peneliti.

Selain itu, penulis juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal internasional yang bereputasi sebagai jurnal utama yang digunakan sebagai acuan dalam penulisan penelitian ini, jurnal penelitian terdahulu dan *text book* yang bereputasi baik di tingkat internasional maupun nasional guna memperluas dan mendukung kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini, artikel dan situs web yang kredibel untuk mempermudah peneliti dalam menemukan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, serta data statistik sebagai data pendukung yang membantu peneliti dalam membuat penelitian yang lebih terstruktur dan tersistematis.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

(Malhotra, 2019) mendefinisikan target populasi sebagai kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan kesimpulan yang harus ditarik oleh peneliti nantinya.

Target populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang bergerak pada bidang manufaktur di DKI Jakarta, telah menjalankan bisnisnya selama lebih dari 1 tahun, mempekerjakan minimal 1 karyawan dan masih aktif hingga saat ini. Hal ini dikarenakan berdasarkan data yang diperoleh dari (BPS Provinsi DKI Jakarta, 2022) hingga September 2022, jumlah UMK yang beroperasi di DKI Jakarta dapat dikatakan sangat besar, yaitu mencapai 1.151.080 unit, yang menandakan bahwa DKI Jakarta merupakan lokasi yang tepat bagi penulis untuk melakukan survei. Adapun penelitian yang dilakukan penulis dilaksanakan sejak tanggal 15 Februari 2024 hingga 8 Mei 2024.

3.3.2 *Sampling Techniques*

Sampel merupakan representasi unsur-unsur dari target populasi yang digunakan dan diukur dalam sebuah penelitian. Pemilihan teknik pengambilan sampel melibatkan beberapa keputusan yang bersifat lebih

luas. (Malhotra, 2019) mengklasifikasikan teknik pengambilan sampel yang dibagi ke dalam dua jenis, diantaranya sebagai berikut:

1. *Nonprobability Sampling*

Nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak menggunakan prosedur pemilihan peluang, melainkan berdasarkan penilaian pribadi peneliti. Dalam teknik ini, peneliti dapat memutuskan unsur apa saja yang akan dimasukkan ke dalam sampel sehingga sampel yang diperoleh harus berasal dari kriteria yang telah ditetapkan peneliti. Terdapat teknik *nonprobability sampling* yang umum digunakan, diantara lain sebagai berikut:

a. *Convenience Sampling*

Convenience sampling merupakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas yang berupaya memperoleh sampel dari elemen-elemen yang sesuai, dimana peneliti dapat memilih siapapun untuk dijadikan sampel. *Convenience sampling* tidak mewakili suatu populasi tertentu sehingga tidak disarankan untuk proyek penelitian yang melibatkan kesimpulan populasi.

b. *Judgemental Sampling*

Judgemental sampling merupakan sebuah bentuk dari *convenience sampling* dimana unsur-unsur populasi dipilih secara sengaja berdasarkan penilaian dan kriteria peneliti. Dalam teknik ini, peneliti akan memasukkan kriteria ke dalam sampel karena mereka yakin bahwa kriteria tersebut akan mewakili populasi yang dicari.

c. *Quota Sampling*

Quota sampling merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi tertentu dan sejalan dengan target yang ditetapkan. Terdapat dua tahap yang harus dilalui. Tahap pertama terdiri dari pengembangan kategori kendali atau kuota

elemen populasi, sedangkan tahap kedua berisi elemen sampel yang dipilih berdasarkan penilaian peneliti. Sering kali teknik ini ditetapkan sedemikian rupa supaya proporsi elemen sampel yang memiliki karakteristik kontrol sama dengan proporsi elemen populasi. Dengan kata lain, quota sampling memastikan bahwa komposisi sampel sama dengan komposisi populasi, sehubungan dengan karakteristik yang diminati.

d. *Snowball Sampling*

Snowball sampling merupakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas dimana sekelompok responden awal dipilih secara acak. Setelah diwawancarai, responden akan diminta untuk mengidentifikasi orang lain yang termasuk dalam target populasi yang ditentukan. Responden berikutnya dipilih berdasarkan referensi. Proses ini mungkin akan terjadi terus menerus dengan memperoleh referensi dari referensi, sehingga menimbulkan efek *snowball*.

2. *Probability Sampling*

Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Dalam teknik ini, unit pengambilan sampel dipilih secara acak. *Probability sampling* dapat diklasifikasikan ke dalam empat jenis, diantaranya sebagai berikut:

a. *Simple Random Sampling*

Simple random sampling merupakan teknik pengambilan sampel probabilitas dimana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang seleksi yang sama. Dalam teknik ini, setiap elemen dipilih secara independen dari elemen lainnya dan sampel diambil secara acak dari kerangka sampel.

b. *Systematic Sampling*

Systematic sampling merupakan teknik pengambilan sampel probabilitas dimana sampel dipilih dengan memilih titik awal secara acak dan kemudian memilih setiap elemen secara berurutan dari kerangka pengambilan sampel dengan interval yang ditentukan, yaitu dengan membagi jumlah populasi dengan jumlah sampel.

c. *Stratified Sampling*

Stratified sampling merupakan teknik pengambilan sampel probabilitas yang menggunakan proses dua langkah untuk membagi populasi menjadi sub-populasi, atau strata. Dalam teknik ini, elemen yang dipilih dari setiap strata dilakukan secara acak.

d. *Cluster Sampling*

Cluster sampling merupakan teknik pengambilan sampel probabilitas dimana populasi target dibagi menjadi subpopulasi atau *cluster* yang saling eksklusif dan lengkap secara kolektif, yang darinya sampel acak dipilih. Kemudian untuk setiap *cluster* yang dipilih, semua elemen akan dimasukkan ke dalam sampel, atau sampel elemen diambil berdasarkan peluang.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dimana teknik pengambilan sampel tidak dipilih berdasarkan peluang atau secara acak, melainkan sesuai dengan penilaian pribadi atau kebutuhan penulis, yaitu pelaku UMKM yang berlokasi di DKI Jakarta. Lalu, penulis menerapkan teknik *judgemental sampling* karena dalam penelitian ini penulis telah menetapkan beberapa kriteria dan karakteristik responden yang sesuai dengan topik penelitian, diantaranya seperti (1) UMKM yang berlokasi di DKI Jakarta; (2) UMKM bergerak di bidang manufaktur; (3) UMKM yang sudah menjalankan bisnisnya selama lebih dari 1 tahun di DKI Jakarta; (4) UMKM yang mempekerjakan minimal 1

karyawan; dan (5) UMKM yang masih aktif menjalankan bisnisnya hingga saat ini di DKI Jakarta.

3.3.3 *Sampling Size*

(Malhotra, 2019) mendefinisikan *sample size* sebagai jumlah elemen yang akan dimasukkan ke dalam penelitian. Menurutnya, menentukan ukuran sampel merupakan hal yang rumit dan perlu melibatkan beberapa pertimbangan kualitatif dan kuantitatif. Selain itu, sifat penelitian juga berdampak pada ukuran sampel. Untuk desain penelitian eksploratif, seperti penelitian kualitatif, ukuran sampel biasanya kecil. Sedangkan untuk penelitian konklusif, seperti survei deskriptif, diperlukan sampel yang lebih besar. Demikian pula, apabila data yang dikumpulkan memiliki banyak variabel, maka sampel yang diperlukan juga lebih besar.

(Hair et al., 2019) menyarankan bahwa persyaratan ukuran sampel minimum adalah 5 sampai 10 kali dari variabel indikator, sehingga jumlah sampel minimum dapat dihitung dengan rumus $N = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$. Oleh sebab itu, karena jumlah pertanyaan indikator dalam penelitian ini berjumlah 24 buah, maka besaran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini dapat dihitung dengan $(N = 5 \times 24 = 120)$. Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 120 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Malhotra, 2019) terdapat dua metode pengumpulan data dalam *descriptive research design*, diantaranya sebagai berikut:

1. *Survey Methods*

Survey methods merupakan metode pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur yang diberikan kepada sampel dari suatu populasi dan dirancang untuk memperoleh informasi spesifik dari responden. Melalui metode survei, peneliti dapat memperoleh informasi yang didasarkan pada pertanyaan yang diberikan kepada responden, dimana responden ditanyai berbagai pertanyaan mengenai perilaku, minat,

sikap, kesadaran, motivasi, serta karakteristik demografi dan gaya hidup mereka. Pertanyaan-pertanyaan ini dapat ditanyakan secara lisan, tertulis, maupun melalui komputer secara *online*, dan jawabannya pun dapat diperoleh dalam bentuk apa pun.

2. *Observation Methods*

Observation methods merupakan metode pengumpulan data dengan mencatat pola perilaku seseorang, objek, maupun peristiwa secara sistematis untuk memperoleh informasi mengenai fenomena yang menarik. Dalam metode ini, pengamat tidak mempertanyakan atau berkomunikasi dengan orang yang diamati, melainkan mencatat informasi ketika peristiwa sedang terjadi atau dari catatan peristiwa masa lalu.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan *survey methods* dalam bentuk kuesioner yang disebarakan secara online kepada para pelaku UMKM di DKI Jakarta dengan link berikut ini: <https://forms.gle/rW3XLFWHzUGbWpnH8>

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

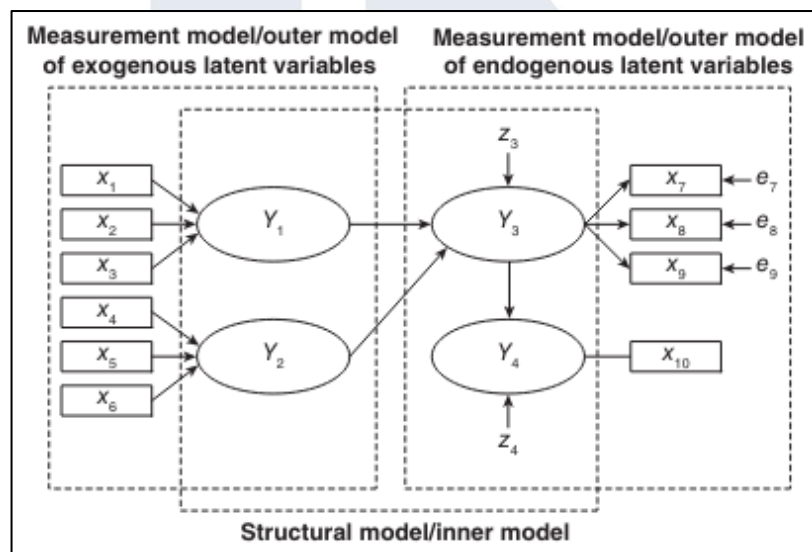
Menurut Sugiyono (dalam Setiawan, 2022), variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dari informasi tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan. Terdapat tiga macam variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Variabel Eksogen

Menurut (Malhotra et al., 2017), variabel eksogen merupakan ekuivalen multi-item laten dari variabel bebas atau independen. Beberapa variabel atau item observasi digunakan untuk mewakili konstruk eksogen yang bertindak sebagai variabel independen dalam model. Secara grafis, variabel eksogen hanya memiliki satu anak panah berkepala satu yang keluar darinya. Variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial orientation* (X).

2. Variabel Endogen

Menurut (Malhotra et al., 2017), variabel endogen merupakan ekuivalen multi-item laten dari variabel terikat atau dependen. Variabel endogen ditentukan oleh konstruk atau variabel dalam model, dan oleh karena itu variabel ini bergantung pada konstruk lainnya. Secara grafis, variabel endogen dapat memiliki panah berkepala satu yang masuk dan keluar, atau mungkin hanya masuk ke dalamnya. Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *SMEs' performance* (Y).



Gambar 3.2 Contoh Model Penelitian dari Suatu Variabel Eksogen dan Endogen

Sumber: Hair (2017)

Gambar 3.2 di atas merupakan contoh bentuk model penelitian dari suatu variabel eksogen dan endogen.

3. Variabel Mediasi

Menurut (Hair et al., 2017), variabel mediasi tercipta ketika variabel atau konstruk ketiga mengintervensi dua konstruk terkait lainnya. Singkatnya, penerapan mediasi yang paling umum adalah untuk menjelaskan mengapa ada hubungan antara konstruksi eksogen dan endogen. Variabel mediasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *differentiation advantages* (Z1) dan *innovation capability* (Z2).

3.6 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel berisi tentang penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, serta indikator pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel yang hendak diteliti. Terdapat 4 variabel yang digunakan penulis dalam penelitian ini, diantaranya *entrepreneurial orientation*, *differentiation advantages*, *innovation capability*, dan *SMEs' performance*. Variabel operasional yang diterapkan dalam penelitian ini diadaptasi dari jurnal utama yang digunakan oleh penulis (Ngo, 2023). Setiap variabel yang disusun dalam tabel operasional akan diukur menggunakan *5-point Likert scales*, dimana skala 1 menandakan sangat tidak setuju, skala 2 menandakan tidak setuju, skala 3 menandakan netral, skala 4 menandakan setuju, dan skala 5 menandakan sangat setuju. Berikut ini merupakan penjabaran dari tabel operasionalisasi variabel yang digunakan penulis:



Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Kode	Indikator Pertanyaan	Teknik Skala	Jurnal Referensi
1	<i>Entrepreneurial Orientation</i>	<i>Entrepreneurial orientation</i> merupakan suatu sikap mental, pandangan, wawasan, serta pola pikir dan pola tindakan seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya dan selalu berorientasi pada konsumen (Reswanda, 2012).	<i>Risk Taking</i>	EO1	Saya mendorong orang-orang di bisnis saya untuk berani mengambil risiko terhadap ide-ide baru	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				EO2	Saya menghargai setiap strategi / rencana baru, meskipun saya tidak yakin bahwa strategi / rencana tersebut akan selalu berhasil	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				EO3	Saya bersedia menanggung risiko kerugian bisnis pada tingkat “sedang” untuk membuat perubahan yang lebih baik pada bisnis saya	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				EO4	Saya bersedia melakukan investasi (misalnya karyawan baru, fasilitas, utang,	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang

				opsi saham) untuk merangsang pertumbuhan bisnis di masa depan		Ngo (2023)
		<i>Proactive</i>	EO5	Saya selalu mencari peluang bisnis baru secara konsisten	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
			EO6	Saya bekerja sambil menargetkan ruang lingkup bisnis maupun pasar yang baru	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
			EO7	Saya menawarkan produk dan jasa yang merupakan solusi untuk menjawab kebutuhan konsumen	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
			EO8	Saya terus berusaha untuk menemukan kebutuhan-kebutuhan baru pada konsumen yang bahkan mereka sendiri belum sadari	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang

							Ngo (2023)
		<i>Innovati on</i>	EO9	Saya sangat menghargai jenis produk atau jasa baru / berbeda yang dihasilkan melalui bisnis saya	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)	
			EO10	Dalam hal penyelesaian masalah, saya lebih menghargai solusi baru yang kreatif, dibandingkan solusi yang mengandalkan kebijakan konvensional	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)	
			EO11	Bisnis saya sering kali menjadi yang pertama dalam memasarkan produk maupun layanan baru	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)	
			EO12	Kompetitor (dalam pasar yang sama) mengakui kami sebagai pemimpin dalam inovasi	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)	

2	<i>Differentiation Advantages</i>	<i>Differentiation advantages</i> atau keunggulan bersaing sebuah produsen dapat dilakukan dengan dengan memberikan perbedaan (<i>differentiation</i>) dalam produk atau jasa yang memberikan nilai tambah bagi konsumen dibandingkan dengan dengan pesaing (Kotler dalam Nikmah & Siswahyudianto, 2022).	-	DA1	Keunggulan bersaing saya didasarkan pada kualitas produk atau jasa saya yang unggul	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				DA2	Saya menciptakan nilai lebih bagi konsumen melalui layanan yang bisnis saya berikan	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				DA3	Saya menciptakan produk yang berkualitas (premium) dan membangun citra merek yang baik	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				DA4	Saya mengembangkan solusi dan produk spesifik yang dibutuhkan konsumen	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				DA5	Kualitas produk saya lebih tinggi dibandingkan kompetitor	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang

							Ngo (2023)
3	<i>Innovation Capability</i>	Innovation capability merupakan kemampuan untuk mengakses pengetahuan eksternal, mengubahnya menjadi kompetensi dan ide yang unik, serta menghasilkan dan memasarkan produk baru yang lebih efektif (Branzei dan Vertinsky dalam Saunila dan Ukko, 2012).	-	IC1	Bisnis saya sering mengembangkan produk maupun layanan baru yang dapat diterima masyarakat	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				IC2	Produk atau jasa baru yang dikembangkan bisnis saya selalu ditiru oleh kompetitor	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				IC3	Bisnis saya sering kali dapat meluncurkan produk atau layanan baru lebih cepat dibandingkan kompetitor	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				IC4	Bisnis saya memiliki kemampuan yang lebih baik dalam penelitian dan pengembangan produk atau layanan baru dibandingkan kompetitor	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)

				IC5	Bisnis saya selalu mengembangkan keterampilan baru untuk mengubah produk lama menjadi produk baru di pasar	Likert 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
4	<i>SMEs' Performance</i>	<i>Firm performance</i> merupakan keseluruhan hasil kerja yang dicapai oleh sebuah organisasi, dimana pencapaian tersebut dievaluasi berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Surjadi dalam Zahra, 2017).	-	SP1	Selama setahun terakhir, bisnis saya mengalami peningkatan jumlah konsumen dan penjualan	Likert 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				SP2	Selama setahun terakhir, laba bersih bisnis saya telah melampaui kompetitor	Likert 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				SP3	Selama setahun terakhir, bisnis saya mengalami produktivitas kerja	Likert 1-5	Huy Quang Ngo (2023)
				SP4	Bisnis saya mendapat reputasi perusahaan yang baik	Likert 1-5	Huy Quang

							Ngo (2023)
				SP5	Bisnis saya memiliki profitabilitas yang baik	<i>Likert</i> 1-5	Huy Quang Ngo (2023)

Sumber: Huy Quang Ngo (2023)



3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Penelitian *Pre-Test* Menggunakan *Statistical Product and Service Solutions*

Pre-test merupakan sebuah tahap dimana penulis melakukan survei sebagai langkah awal sebelum melakukan eksperimen pada sampel penelitian. *Pre-test* ini bertujuan untuk menguji kelayakan survei supaya dapat diketahui apakah suatu data dapat diandalkan atau tidak. Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner secara *online* kepada sejumlah 48 responden pemilik UMKM di DKI Jakarta, dengan menggunakan platform Google Forms.

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic versi 26 dalam mengolah data *pre-test*, untuk mengukur tingkat validitas dari seluruh indikator pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Menurut (Malhotra et al., 2017), uji validitas dan reliabilitas akan dinyatakan valid dan akurat apabila memenuhi syarat berikut ini:

3.7.1.1 Uji Validitas *Pre-Test*

Menurut (Malhotra et al., 2017), uji validitas mengacu pada sejauh mana suatu pengukuran mewakili karakteristik yang ada pada fenomena yang diteliti. Uji validitas yang sempurna memiliki syarat yaitu tidak adanya kesalahan pengukuran. Dalam penelitian ini, uji validitas akan diukur menggunakan beberapa pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3.2 Tabel Kriteria Uji Validitas *Pre-Test*

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Persyaratan Nilai
1	<i>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)</i> <i>Measure of Sampling</i>	KMO merupakan indeks yang membandingkan besarnya koefisien korelasi yang	Apabila nilai $KMO > 0.5$, maka suatu indikator dinyatakan VALID.

		diamati dengan besarnya koefisien korelasi parsial.	
2	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> merupakan suatu uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel-variabel dalam populasi tidak berkorelasi.	Apabila nilai signifikan $Bartlett's < 0.05$, maka suatu indikator dinyatakan VALID.
3	<i>Anti Image Correlation Matrix</i>	<i>Correlation Matrix</i> merupakan sebuah matriks segitiga bawah yang menunjukkan korelasi sederhana di antara semua kemungkinan pasangan variabel yang dimasukkan dalam analisis.	Apabila nilai <i>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i> > 0.5 , maka suatu indikator dinyatakan VALID.
4	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	<i>Factor Loading</i> mewakili suatu korelasi antara faktor-faktor dan variabel-variabel.	Apabila nilai <i>Component Matrix</i> > 0.5 , maka suatu indikator

			dinyatakan VALID.
--	--	--	----------------------

Sumber: Malhotra (2017)

3.7.1.2 Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Menurut (Malhotra et al., 2017), uji reliabilitas mengacu pada sejauh mana suatu skala mampu menghasilkan hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran secara berulang terhadap suatu karakteristik. Uji reliabilitas dinilai dengan menentukan proporsi variasi sistematis dalam suatu skala. Hal ini dilakukan dengan menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari administrasi skala yang berbeda. Jika hubungannya tinggi, maka skala tersebut memberikan hasil yang konsisten dan oleh karena itu dapat diandalkan. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas akan diukur menggunakan *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's alpha* merupakan rata-rata dari semua kemungkinan koefisien pemisahan yang dihasilkan dari berbagai cara pemisahan *scale items*. Suatu indikator dapat dikatakan realibel dan valid apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6.

3.7.2 Analisis Data Penelitian *Main-Test* Menggunakan *Structural Equation Modeling*

Menurut (Hair et al., 2017), *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan metode analisis data multivariat generasi kedua yang melibatkan penerapan metode statistik yang secara bersamaan menganalisis beberapa variabel yang mewakili pengukuran terkait individu, perusahaan, peristiwa, aktivitas, situasi, dan sebagainya.

Pendapat lain dari (Hair et al., 2019) juga menyebutkan bahwa SEM digunakan untuk menjelaskan hubungan antara beberapa variabel. Dalam melakukan hal tersebut, SEM akan mengkaji struktur keterkaitan yang dinyatakan dalam serangkaian persamaan, mirip dengan serangkaian persamaan refresi berganda. Persamaan ini akan menggambarkan seluruh hubungan antar konstruk (variabel dependen dan independen) dan variabel yang terlibat dalam analisis.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan aplikasi SmartPLS 4 untuk mengelola data statistik, sekaligus menguji validitas masing-masing indikator yang digunakan dalam pengukuran. Pada tahap awal suatu proyek penelitian yang melibatkan penerapan SEM, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menyiapkan diagram yang menggambarkan hipotesis penelitian dan menampilkan hubungan yang akan diteliti. Diagram ini sering disebut sebagai *path model* (model jalur). Model jalur sendiri terdiri dari dua elemen, diantaranya sebagai berikut:

3.7.2.1 Measurement Model

Menurut (Hair et al., 2017), *measurement model* atau yang sering disebut juga sebagai *outer model* dalam PLS SEM, mewakili hubungan antara konstruk dan variabel indikator terkait. Dasar untuk menentukan hubungan ini adalah teori pengukuran. Model pengukuran yang paling penting digunakan dalam PLS SEM adalah *reliability*, *convergent validity*, dan *discriminant validity*. Berikut ini merupakan beberapa pengukuran yang dilakukan penulis untuk menguji validitas dan reliabilitas masing-masing indikator:

1. Uji Validitas *Main-Test*

Menurut (Hair et al., 2019), uji validitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu ukuran secara akurat mewakili apa yang seharusnya. Dengan kata lain, uji validitas menunjukkan sejauh mana ukuran tersebut bebas dari kesalahan sistematik maupun non-acak. Uji validitas

berkaitan dengan seberapa baik konsep didefinisikan oleh variabel. Suatu data kuesioner akan dinyatakan valid apabila pertanyaan yang diajukan dapat mengukur indikator yang ingin diukur pada penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan aplikasi SmartPLS 4 untuk mengelola data statistik, sekaligus menguji validitas masing-masing indikator yang digunakan dalam pengukuran.

Terdapat 2 jenis pengujian validitas dalam PLS SEM, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* merupakan pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu ukuran berkorelasi positif dengan ukuran-ukuran alternatif dari konstruk yang sama, sedangkan *discriminant validity* merupakan pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lain berdasarkan standar empiris. Parameter yang digunakan dalam *convergent validity* adalah *outer loadings* dan *average variance extracted (AVE)*, sedangkan *discriminant validity* menggunakan *cross loadings*, *Fornell-Larcker criterion*, dan *heterotrait-monotrait ratio (HTMT)*. Berikut ini merupakan tabel kriteria yang digunakan untuk mengukur uji validitas menurut (Hair et al., 2017):

**Tabel 3.3 Tabel Kriteria Uji Validitas Main-Test
(Convergent Validity)**

<i>Convergent Validity</i>			
No.	Ukuran Validitas	Definisi	Persyaratan Nilai
1	<i>Outer Loadings</i>	<i>Outer loadings</i> merupakan korelasi bivariat antara	Apabila nilai <i>outer loadings</i> > 0.7, maka kriteria validitas pada

		masing-masing variabel dan konstruksi terkaitnya.	<p>suatu indikator dinyatakan VALID.</p> <p>Apabila nilai <i>outer loadings</i> < 0.7, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan TIDAK VALID.</p>
2	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<p><i>Average Variance Extracted</i> merupakan ringkasan ukuran konvergensi antara sekumpulan item yang mewakili konstruk laten yang diukur secara reflektif.</p>	<p>Apabila nilai AVE > 0.5, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan VALID.</p> <p>Apabila nilai AVE < 0.5, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan TIDAK VALID.</p>

Sumber: Hair et al. (2017)

Tabel 3.4 Tabel Kriteria Uji Validitas *Main-Test* (*Discriminant Validity*)

<i>Discriminant Validity</i>

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Persyaratan Nilai
1	<i>Cross Loadings</i>	<i>Cross loadings</i> biasanya merupakan pendekatan pertama yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan suatu indikator.	Apabila nilai <i>cross loadings</i> suatu variabel > dari nilai <i>cross loadings</i> variabel lainnya, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan VALID.
			Apabila nilai <i>cross loadings</i> suatu variabel < dari nilai <i>cross loadings</i> variabel lainnya, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan TIDAK VALID.

2	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	<i>Fornell-Larcker criterion</i> merupakan pendekatan kedua yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan.	Apabila nilai konstruk AVE > dari konstruk lainnya, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan VALID.
			Apabila nilai konstruk AVE < dari konstruk lainnya, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan TIDAK VALID.
3	<i>Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	Heterotrait-Monotrait (HTMT) merupakan nilai rata-rata dari korelasi indikator antar konstruk (yaitu korelasi heterotrait-	Apabila nilai HTMT < 0.9, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan VALID.
			Apabila nilai HTMT > 0.9, maka kriteria

		heteromethod) relatif terhadap rata-rata (geometris) dari rata-rata korelasi indikator yang mengukur konstruk yang sama.	validitas pada suatu indikator dinyatakan TIDAK VALID.
--	--	--	--

Sumber: Hair et al. (2017)

2. Uji Reliabilitas *Main-Test*

Jika validitasnya telah terjamin, berikutnya peneliti harus tetap mempertimbangkan reliabilitas pengukurannya. Menurut (Hair et al., 2019), uji reliabilitas merupakan pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana serangkaian indikator dari suatu konstruk laten konsisten secara internal, berdasarkan pada seberapa tinggi keterkaitan indikator-indikator tersebut satu sama lain. Dengan kata lain, uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana semua indikator bertemu. Ketika reliabilitas meningkat, artinya hubungan antara konstruk tersebut menjelaskan lebih banyak varians di setiap indikator. Uji reliabilitas berkaitan dengan konsistensi variabel. Berikut ini merupakan tabel kriteria yang digunakan untuk mengukur uji validitas menurut (Hair et al., 2019):

Tabel 3.5 Tabel Kriteria Uji Reliabilitas *Main-Test*

No.	Ukuran Reliabilitas	Definisi	Persyaratan Nilai
-----	---------------------	----------	-------------------

1	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's alpha</i> merupakan ukuran keandalan konsistensi internal yang berkisar antara 0 hingga 1, dan mengasumsikan pemuatan indikator yang sama (tidak tertimbang).	Apabila nilai <i>Cronbach's alpha</i> > 0.7, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan VALID.
			Apabila nilai <i>Cronbach's alpha</i> < 0.7, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan TIDAK VALID.
2	<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite reliability</i> merupakan ukuran reliabilitas konsistensi internal yang berbeda dengan <i>Cronbach's alpha</i> , dimana ukuran ini tidak mengasumsikan beban indikator	Apabila nilai <i>composite reliability</i> > 0.7, maka kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan VALID.
			Apabila nilai <i>composite reliability</i> < 0.7, maka kriteria validitas pada

		yang berbobot sama.	suatu indikator dinyatakan TIDAK VALID.
--	--	---------------------	---

Sumber: Hair et al. (2019)

3.7.2.2 Structural Model

Menurut (Hair et al., 2017), *structural model* atau yang sering disebut juga sebagai *inner model* dalam PLS SEM, menggambarkan hubungan antar variabel laten (konstruk). Ketika model struktural sedang dikembangkan, terdapat dua isu utama yang perlu dipertimbangkan, diantaranya urutan konstruksi dan hubungan di antara mereka. Kedua hal ini penting bagi konsep pemodelan karena keduanya mewakili hipotesis dan hubungannya dengan teori yang hendak diuji. Berikut ini merupakan beberapa pengukuran yang dilakukan penulis untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 3.6 Tabel Kriteria Structural Model

No.	Pengukuran	Definisi	Persyaratan Nilai
1	<i>Collinearity</i>	<i>Collinearity</i> merupakan suatu indikator yang digunakan sebagai item tunggal untuk mengukur dua atau lebih konstruksi.	Apabila nilai VIF > 5, maka suatu indikator akan dipertimbangkan sebagai tingkat kolinearitas yang kritis, dimana peneliti perlu mempertimbangkan cara untuk

			mengatasi masalah kolinearitas tersebut.
2	<i>Predictive Relevance (Q^2 Value)</i>	<i>Predictive relevance (Q^2 Value)</i> merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur kekuatan prediktif atau relevansi prediktif model di luar sampel.	Apabila nilai $Q^2 > 0$ untuk variabel laten endogen reflektif tertentu, maka akan menunjukkan relevansi prediktif model jalur untuk konstruksi dependen tertentu.
3	<i>The Coefficient of Determination (R^2 Value)</i>	<i>The coefficient of determination (R^2 Value)</i> merupakan ukuran kekuatan prediksi model dan dihitung sebagai korelasi kuadrat antara nilai aktual dan nilai prediksi konstruk endogen tertentu.	Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, dimana semakin tinggi nilai R^2 maka semakin tinggi pula tingkat akurasi prediksinya. Nilai R^2 sebesar 0.75 dapat digambarkan sebagai substansial; 0.50 digambarkan sebagai moderat; dan 0.25

			digambarkan sebagai lemah.
--	--	--	----------------------------

Sumber: Hair et al. (2017)

3.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan mengukur nilai *path coefficient*, *T statistic*, dan *p-value* yang dicari melalui prosedur *bootstrapping*. *Bootstrapping* merupakan pendekatan yang dilakukan untuk memvalidasi model multivariat dengan menggambar sejumlah besar subsampel dan memperkirakan model untuk setiap subsampel. Berikut ini merupakan tabel kriteria yang digunakan untuk mengukur uji hipotesis menurut (Hair et al., 2017):

Tabel 3.7 Tabel Kriteria Uji Hipotesis

No.	Ukuran Hipotesis	Definisi	Persyaratan Nilai
1	<i>Path Coefficient</i>	<i>Path coefficient</i> merupakan estimasi hubungan jalur dalam model struktural, yang sesuai dengan beta standar dalam analisis regresi, dimana nilai ini akan menunjukkan arah hubungan pada variabel, apakah suatu hipotesis memiliki arah positif atau negatif.	<i>Path coefficient</i> memiliki nilai standar antara -1 dan +1. Estimasi <i>path coefficient</i> yang mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat dan signifikan, sebaliknya yang mendekati 0 menunjukkan

			hubungan yang lemah.
2	<i>T statistic</i>	<i>T statistic</i> atau yang dikenal juga dengan <i>t-value</i> merupakan suatu nilai yang digunakan untuk melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis.	Nilai kritis yang umum digunakan untuk uji <i>one-tailed</i> adalah 1.28 (<i>significance level</i> = 10%), 1.65 (<i>significance level</i> = 5%), dan 2.33 (<i>significance level</i> = 1%). Dalam penelitian ini penulis menggunakan <i>significance level</i> 5%, sehingga nilai <i>T statistics</i> harus > 1.65.
3	<i>p-Value</i>	<i>p-value</i> merupakan suatu nilai yang digunakan untuk mengukur kemungkinan hipotesis sesuai dengan pengujian yang diamati.	Ketika mengasumsikan <i>significance level</i> = 5%, maka nilai <i>p-value</i> harus < 0.05 untuk menyimpulkan bahwa hubungan yang dipertimbangkan adalah signifikan pada tingkat 5%.

Sumber: Hair et al. (2017)