

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 *Brand* Shopee



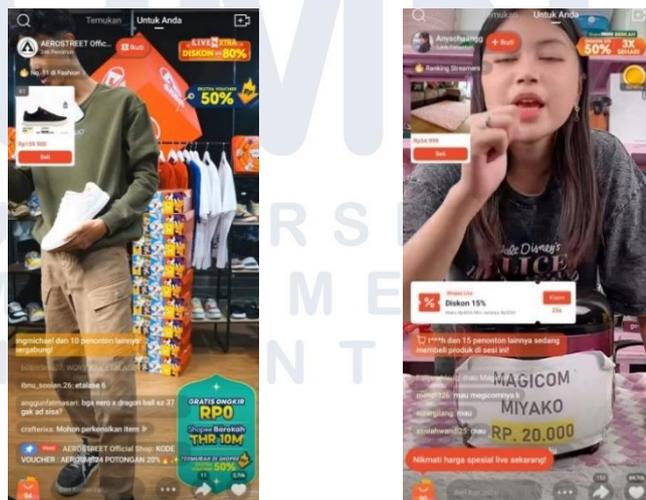
Gambar 3.1. Logo Shopee

Sumber: Shopee.co.id

Shopee merupakan perusahaan yang menyediakan platform untuk melakukan transaksi berbelanja secara online atau yang lebih dikenal *marketplace*. Shopee didirikan pada tahun 2015 di Singapura oleh Chris Feng selaku *Chief Executive Officer* (CEO) Shopee dan Forrest Li selaku founder dari perusahaan Sea Limited, perusahaan yang sebelumnya dikenal sebagai Garena. Perusahaan Shopee telah melakukan ekspansi secara global yang semula dimulai dari Singapura kemudian merambah ke kawasan asia lainnya, seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee bahkan melebarkan sayapnya hingga ke Brasil pada tahun 2019, menjadikannya negara pertama di Amerika Selatan yang kehadiran platform Shopee dan juga melakukan ekspansi ke negara Amerika Latin lainnya seperti Meksiko, Kolombia, Chili, Argentina. Tidak hanya itu perusahaan Shopee juga berkembang ke

benua eropa yang dimana pada tahun 2021 hadir di polandia, sebulan sesudahnya hadir di Spanyol.

Perusahaan Shopee memiliki visi untuk menjadikan Shopee sebagai platform *marketplace* terbaik nomor satu di Indonesia, serta misi untuk memperkembangkan dunia usaha bagi merchant Indonesia. Pada awalnya, Shopee berfungsi menjadi pasar online (*marketplace*) antara *consumer to consumer* (C2C). Tetapi, sejak kehadiran fitur ShopeeMall, yang sebagai wadah penjualan online bagi merek terkenal, Shopee telah mengadopsi model hibrida C2C, disertai dengan B2C. Shopee sendiri meningkatkan layanan mereka dengan menghadirkan berbagai fitur dan promosi yang menarik perhatian hingga mempermudah transaksi antara pembeli dan penjual, seperti *shopee pay*, *shopee food*, *shopee games*, *flash sale*, gratis ongkir hingga *shopee live*. *Shopee live* sendiri merupakan salah satu fitur yang dihadirkan oleh Shopee yang memungkinkan penjual untuk melakukan sesi *streaming* atau siaran langsung untuk mempromosikan, menjual produknya secara langsung ke pembeli. Pembeli dan penjual juga dapat berkomunikasi secara *real time* untuk mengetahui lebih detail terkait produknya yang diminatinya dan membelinya secara langsung tanpa meninggalkan halaman *streaming*.

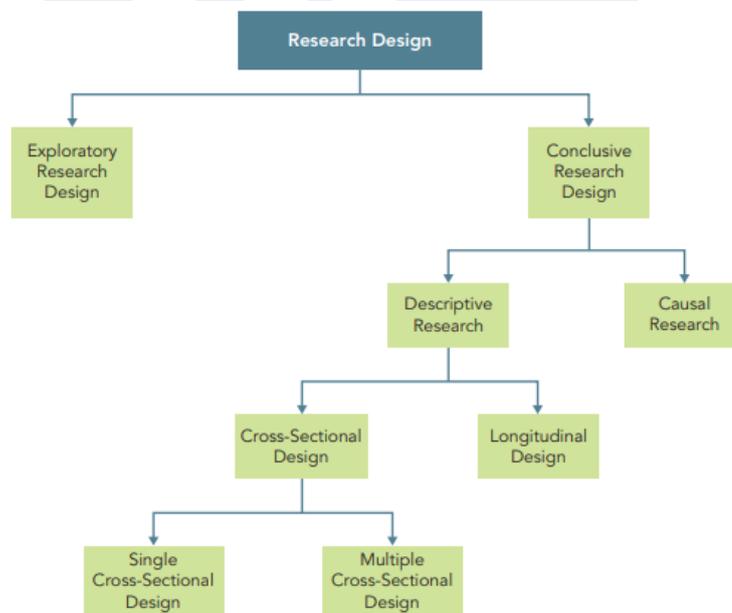


Gambar 3.2. Gambaran Fitur Shopee Live

Sumber: Aplikasi Shopee

3.2 Desain Penelitian

Menurut pandangan yang diungkapkan oleh Birks et al., (2017), menyatakan bahwa desain penelitian merujuk pada suatu proyek penelitian yang berkaitan dengan strategi untuk mengumpulkan informasi dalam rangka memecahkan permasalahan penelitian. Desain penelitian memiliki signifikansi sebagai suatu rencana mendasar yang mengarahkan jalannya penelitian, mencakup perincian yang komprehensif seperti metode, teknik, instrumen dan prosedur. Penelitian yang terstruktur didasarkan pada suatu kerangka kerja yang tersusun secara sistematis. Terbagi menjadi 2 bagian desain penelitian, pertama desain penelitian eksploratif dan desain penelitian kognitif (Malhotra et al., 2020)



Gambar 3.3. Desain Penelitian

Sumber: Malhotra et al., (2020)

3.2.1 *Exploratory Research Design*

Exploratory reseach bagian dari jenis penelitian untuk menyelidiki atau mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang suatu permasalahan, serta memperluas wawasan peneliti mengenai konteks yang dihadapinya dalam menangani permasalahan tersebut. Penelitian ini tidak dilakukan untuk menguji variabel, karena variabel-variabel tersebut umumnya belum teridentifikasi dan baru akan terungkap

melalui proses penelitian. Penelitian Eksploratif dilakukan secara fleksibel dan tanpa struktur yang kaku. Biasanya, penelitian ini berbentuk kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara, asosiasi kata, survei, studi kasus, dan diskusi kelompok. (Malhotra et al., 2020)

3.2.2 *Conlusive Research Design*

Conlusive research merupakan jenis penelitian yang lebih formal dan terstruktur jika dibandingkan dengan penelitian eksploratif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel-variabel penelitian dan hubungannya sehingga dapat menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti. Proses penelitian ini cenderung tidak fleksibel karena memerlukan jumlah sampel yang besar dan juga untuk memperoleh informasi yang terperinci. Umumnya, penelitian konklusif membutuhkan data yang lengkap untuk menguji hipotesis tersebut, dan penelitian ini biasanya dilakukan dengan menggunakan metode analisis data kuantitatif. *Conlusive Research* sendiri terbagi menjadi 2, yaitu:

1. *Descriptive Research*, merujuk rencana penelitian yang disusun dengan tujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam suatu fenomena yang terjadi dalam konteks pasar. Dalam kerangka desain penelitian ini, diharapkan memiliki pemahaman yang mendalam terhadap masalah yang sedang diselidiki. *Descriptive research* sendiri terbagi menjadi 2, yaitu:

a. *Cross sectional Design*, merupakan rencana penelitian yang hanya memanfaatkan satu waktu untuk mengumpulkan informasi dari sampel elemen populasi. *Cross sectional Design* terbagi menjadi 2, yaitu: *single cross-sectional design*, merupakan suatu tipe penelitian dimana hanya satu sampel responden diambil dari populasi yang dituju, dan data dari sampel tersebut dikumpulkan hanya sekali pada suatu waktu tertentu dan *multiple cross design*. merupakan suatu tipe

penelitian yang dimana data diperoleh dari dua atau lebih kelompok sampel responden.

b. *Longitudinal Design*, merupakan suatu strategi penelitian yang menetapkan sampel tetap dan melakukan pengukuran secara berulang terhadap variabel yang sama dalam rentang waktu yang berkesinambungan.

2. *Causal Research*, merujuk pada jenis penelitian yang diarahkan untuk menemukan serta memvalidasi keterkaitan sebab akibat diantara variabel-variabel, dimana penelitian ini sering kali memanfaatkan pendekatan eksperimen.

Penulis memilih menerapkan pendekatan *conlusive research* yaitu, *descriptive research (quantitave)*. Pendekatan ini digunakan secara lebih detail terkait *cross sectional design*, khususnya *single cross-sectional design*. Pemilihan tersebut dilatarbelakangi oleh tujuan penulis untuk melakukan uji pada hipotesis dan menilai dampak dari pengaruh hubungan sesama variabel dengan mengadopsi metode dengan survei yang dilakukan penggunaan kuesioner dengan skala penilaian 1 hingga 4 menggunakan pendekatan skala *likert*.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

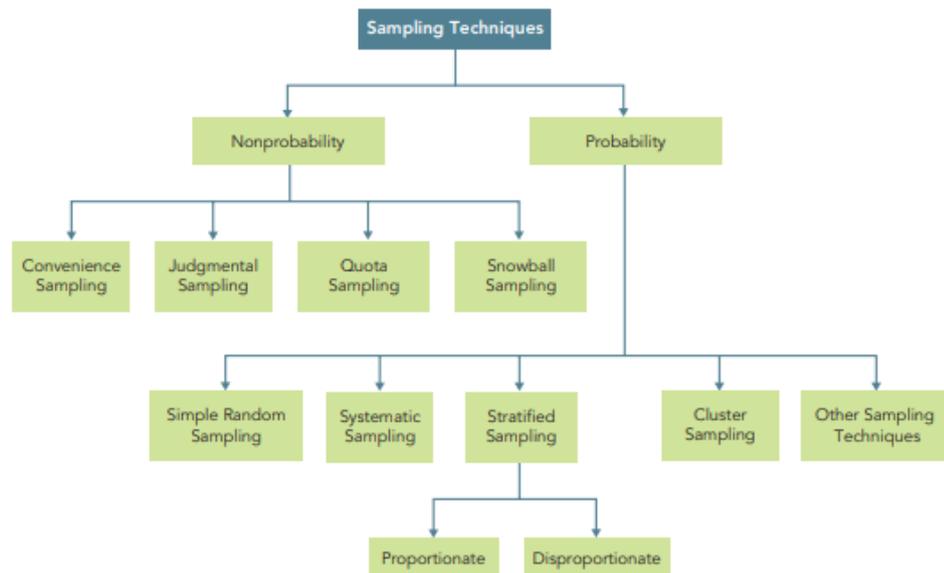
3.3.1 Populasi

Populasi adalah konsep gagasan penting dalam riset. Menurut pendapat Neuman (2014), populasi merupakan konsep abstrak yang mengacu pada kelompok besar yang terdiri dari beragam elemen. Dalam konteks penelitian, populasi ini menjadi sumber sampel yang ditetapkan sebagai target atau objek penelitian. Pendapat lain dikemukakan oleh Sekaran dan Bougie (2020), menekankan bahwa populasi merujuk pada kelompok individu atau fenomena tertentu yang menarik perhatian peneliti untuk diselidiki, dengan hasil analisis didasarkan pada statistik sampel. Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, populasi studi ini berfokus pada semua individu menggunakan *marketplace* dari berbagai platform untuk berbelanja secara online

3.3.2 Sampel

Berdasarkan pendapat Arikunto (2019), menyatakan sampel merujuk pada representasi dari populasi yang menjadi objek penelitian. Di sisi lain, pendapat Sugiyono (2018), sampel bagian segmen dari keseluruhan serta ciri-ciri yang dimiliki oleh suatu kelompok. Pentingnya diambil dari populasi untuk memastikan bahwa sampel tersebut benar-benar mencerminkan atau mewakili sifat-sifat yang ada dalam populasi yang sedang diteliti. Dari kedua pendapat ahli tersebut diketahui bahwa sampel bagian dari gambaran dari keseluruhan untuk dianalisis dalam penelitian. Sampel pada penelitian ini, yaitu generasi Z yang berusia 11-26 tahun, dan responden yang pernah menggunakan Shopee Live namun lebih memilih menggunakan platform lain.

3.4 Teknik Pengumpulan Data



Gambar 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Sumber: Malhotra et al., (2020)

Berdasarkan pendapat Malhotra (2020), menjelaskan bahwa *sampling frame* merupakan struktur sampling dengan berisi item-item populasi bertujuan

mengenali kelompok sasaran. Selain itu menurut pendapat Malhotra (2020), dalam proses pengumpulan sampel, terdapat dua metode diterapkan: *probability sampling* dan *nonprobability*. *Probability sampling* merupakan metode pengambilan dilandaskan pada prinsip setiap sampel mempunyai kedudukan yang serupa untuk diambil menjadi sampel. *Probability sampling* terbagi menjadi beberapa jenis teknik pengumpulan data, seperti

1. *Simple random sampling*, metode pengambilan sampel dalam Kumpulan individu dengan peluang yang seragam untuk diambil sebagai sampel. Pada metode menekankan pentingnya memiliki *sampling frame* yang lengkap.
2. *Systematic random sampling*, salah satu metode pengambilan sampel dengan pendekatan pemilihan elemen secara berkala berdasarkan interval tertentu.
3. *Stratified sampling*, salah satu metode pengambilan sampel dengan mengelompokkan menjadi sub-populasi (strata) berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian.
4. *Cluster sampling*, salah satu metode pengambilan dengan penerapan dengan membagi populasi menjadi kelompok kecil dan sampel di pilih dari kelompok kecil tersebut.

Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang bergantung pada kebijakan subjektif peneliti. Dalam pendekatan ini, peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel berdasarkan pertimbangan pribadi. Teknik ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar untuk memilih sampel yang akan digunakan.

Nonprobability sampling terbagi menjadi 4 metode pengumpulan:

1. *Convenience sampling*, salah satu metode pengambilan sampel non probabilitas. Penentuan sampel menjadi tanggung jawab dari peneliti. Pendekatan ini didasarkan pada kemudahan, karena minim nya konfirmasi yang diperlukan dari pihak responden dan mudah dijangkau oleh peneliti, bukan karena sampel mewakili populasi secara keseluruhan.

2. *Judgemental sampling*, salah satu metode pengambilan sampel dari non probabilitas didasarkan pada penilaian oleh pribadi. Dengan pendekatan ini, proses mengumpulkan secara subjektif membuat menjadi lebih efisien, praktis hingga hemat biaya.
3. *Quota sampling*, salah satu teknik pengambilan sampel non probabilitas sampling yang melibatkan dua tahap yang terstruktur. Tahap awal melibatkan penentuan populasi, kouta, serta kategori sebagai acuan untuk seleksi sampel, yang didasarkan pada karakteristik tertentu, seperti usia, jenis kelamin, dan sebagainya. Tahap selanjutnya, sampel yang pada tahap pertama akan diambil melalui metode *judgmental sampling*.
4. *Snowball sampling*, salah satu upaya pengambilan sampel non probabilitas sampling dengan melibatkan pemilihan awal sejumlah kelompok sampel yang dipilih secara bebas, kemudian kelompok berikutnya dipilih berdasarkan rekomendasi kelompok pertama. Proses dapat dilakukan secara bertahap, dimana pemilihan responden selanjutnya didasarkan pada informasi yang diperoleh dari responden sebelumnya. Metode ini sering kali menimbulkan tantangan dalam mencari responden yang cocok, sehingga diperlukan referensi yang dapat diandalkan. Umumnya, teknik ini bergantung pada rekomendasi.

Studi ini, mengadopsi teknik pengumpulan data *nonprobability sampling* dengan pendekatan *judgemental sampling*. Dikarenakan pemilihan sampel didasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya, dan sampel yang dipilih dianggap sebagai representasi atau mewakili secara signifikan dari populasi yang diteliti.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat 6 variabel independen, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation* dan *price value*, variabel mediator, yaitu *behavioral intention*, dan variabel dependen, yaitu *use behavior*. Definisi operasionalisasi dapat dilihat dari Tabel 3.1. sebagai berikut:

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	English Original	Sumber	Scale
1	Performance Expectancy (PE)	<i>Performance expectancy</i> merupakan suatu kepercayaan konsumen terhadap kegunaan dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi. (Thusi & Maduku, 2020).	1. Saya merasa menggunakan Shopee Live Streaming akan berguna dalam kehidupan sehari-hari.	1. I would find autonomous delivery vehicles useful in my daily life.	Sebastian Kasper & Mahmoud Abdelrahman., 2020.	Likert 1-5
			2. Menggunakan Shopee Live Streaming akan membantu proses berbelanja saya menjadi lebih cepat.	2. Using autonomous delivery vehicles would help me accomplish things more quickly.		
			3. Menggunakan Shopee Live Streaming akan meningkatkan produktivitas saya.	3. Using autonomous delivery vehicles would increase my productivity		
			4. Menggunakan Shopee Live Streaming akan meningkatkan fleksibilitas saya dalam proses	4. Using autonomous delivery vehicles would increase my flexibility in		

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	English Original	Sumber	Scale
			berbelanja di kehidupan sehari-hari.	my daily life.		
2.	Effort Expectancy (EE)	<i>Effort expectancy</i> merupakan suatu hal yang mencakup sejauh mana sistem dapat dengan mudah digunakan oleh pengguna. (Abdallah, 2018)	<p>1. Saya merasa mudah untuk berbelanja di platform Shopee Live Streaming.</p> <p>2. Interaksi saya dengan Shopee Live Streaming jelas.</p> <p>3. Interaksi saya dengan Shopee Live Streaming mudah dipahami.</p> <p>4. Saya merasa proses memilih dan membayar di Shopee Live Streaming dapat dilakukan dengan cepat.</p> <p>5. Saya merasa penggunaan</p>	<p>1. It is easy for me to shop on the live e-commerce streaming platform.</p> <p>2. My interaction with live e-commerce is clear.</p> <p>3. My interaction with live e-commerce is understandable</p> <p>4. It will take a short time for me to pick and pay on live e-commerce.</p> <p>5. It is easy for me to become</p>	Min Zhou et al., 2021	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	English Original	Sumber	Scale
			Shopee Live Streaming mudah untuk dipelajari dan dikuasai.	skillful at using live e-commerce		
3	Social Influence (SI)	<i>Social influence</i> merupakan tingkat kepercayaan dari setiap orang yang mengadopsi merasakan adanya dampak penting yang timbul dari orang lain untuk membuatnya percaya mengadopsi suatu teknologi. (Faroqi et al., 2020)	1. Keluarga saya menyarankan agar saya menggunakan Shopee Live Streaming. 2. Teman-teman saya berpendapat bahwa saya sebaiknya menggunakan Shopee Live Streaming. 3. Orang-orang terdekat saya mendorong untuk menggunakan Shopee Live Streaming. *4. Memilih Shopee Live	1. My family suggested that i should choose live ecommerce 2. Suggestions from my friends thinks that i should use live ecommerce 3. People who are important to me think that i should choose live ecommerce 4. People who choose live	Min Zhou et al., 2021	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	English Original	Sumber	Scale
			Streaming sebagai platform belanja dianggap sebagai tren positif.	ecommerce shopping will be considered fashionable.		
4	Facilitating Conditions (FC)	<p><i>Facilitating conditions</i> merupakan suatu tingkatan bantuan yang seseorang dapatkan dari infrastruktur teknis dan organisasi ketika menggunakan suatu sistem tertentu. (Abdallah et al., 2018)</p>	<p>1. Saya memiliki perangkat seluler yang memadai untuk berbelanja di Shopee Live Streaming</p> <p>2. Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Shopee Live Streaming.</p> <p>3. Shopee Live Streaming dapat kompatibel dengan teknologi yang saya gunakan.</p>	<p>1. I have the resources necessary to use mobile internet.</p> <p>2. I have the knowledge necessary to use mobile internet.</p> <p>3. Mobile Internet is compatible with other technologies I use.</p>	Venkatesh et al., 2012	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	English Original	Sumber	Scale
			*4. Saya dapat memperoleh bantuan dari orang lain, ketika saya mengalami masalah dalam menggunakan Shopee Live Streaming.	4. I can get help from others when I have difficulties using mobile internet.		
5	Hedonic Motivation (HM)	<i>Hedonic motivation</i> merupakan suatu kepuasan yang dirasakan oleh individu saat menggunakan teknologi, yang secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumen. (Viera et al., 2018)	1. Belanja melalui Shopee Live Streaming menarik karena saya dapat berinteraksi dengan pembawa acara (host) 2. Proses belanja melalui Shopee Live Streaming menyenangkan karena menghibur. 3. Berbelanja di Shopee Live	1. Live ecommerce shopping is interesting because i can interact with the anchor. 2. Live e-commerce shopping is fun because i enjoy the shopping process. 3. Live ecommerce	Min Zhou et al., 2021	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	English Original	Sumber	Scale
			Streaming menyenangkan karena produknya hemat biaya.	shopping is enjoyable, as the products are cost-effective		
6	Price Value (PV)	<i>Prive value</i> merupakan pertukaran antara sistem dengan biaya yang dikeluarkan. (Yein & Pal, 2021)	<p>1. Harga barang yang ditawarkan di Shopee Live Streaming cukup wajar.</p> <p>2. Produk yang dijual di Shopee Live Streaming memiliki nilai yang sepadan dengan harganya.</p> <p>3. Dibandingkan dengan platform lain, Shopee Live Streaming menawarkan barang dengan harga yang lebih kompetitif.</p>	<p>1. Goods on the live streaming platform are reasonable priced.</p> <p>2. Goods on the livestreaming platform are good value for the money.</p> <p>3. At the current price, live ecommerce provides more commodity value.</p>	Min Zhou et al., 2021	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	English Original	Sumber	Scale
7	Behavioral Intention (BI)	<p><i>Behavioral intention</i> merupakan suatu hal yang merujuk pada sejauh mana seorang individu secara sadar merencanakan perilaku di masa depannya. Ramirez-Correa et al. (2019)</p>	1. Saya berniat untuk terus menggunakan Shopee Live Streaming di masa depan.	1. I intend to continue using mobile internet in the future	Venkatesh et al., 2012	Likert 1-5
			2. Saya akan mencoba untuk memanfaatkan Shopee Live Streaming dalam kehidupan sehari-hari	2. I will always try to use mobile internet in my daily life.		
			3. Saya berencana untuk terus sering menggunakan Shopee Live Streaming.	3. I plan to continue to use mobile internet frequently.		
8	Use Behavior (UB)	<p><i>Use behavior</i> merupakan sejauh mana pengguna menggunakan suatu platform dan bermaksud untuk terus</p>	1. Shopee Live Streaming adalah pilihan pertama saya ketika saya perlu membeli sesuatu.	1. Live ecommerce is my first choice when i need to buy some things.	Min Zhou et al., 2021	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	English Original	Sumber	Scale
		menggunakan platform tersebut di masa depan. (Yi-bo Zhang et al., 2021)	2. Saya akan mengikuti rekomendasi pembawa acara (host) di Shopee Live Streaming.	2. I will follow the anchor of the live ecommerce broadcast platform.		
			3. Saya akan merekomendasikan Shopee Live Streaming kepada teman-teman saya.	3. I will recommend to my friends to use live ecommerce		

(*) artinya tidak digunakan dalam tahap penelitian

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Data *Pre-Test*

Berdasarkan pendapat Malhotra (2020), menyatakan bahwa *pre-test* merupakan proses pengujian hasil kuesioner yang dilakukan dengan melibatkan sampel kecil responden. Tujuan dilakukan *pre-test* adalah untuk mendeteksi dan mengatasi potensi masalah yang mungkin timbul dalam hasil kuesioner. Dalam studi ini, mengambil data dari 55 sampel yang sesuai kriteria berasal generasi z yang pernah bertransaksi di Shopee *Live*.

3.6.2 Uji Validitas *Pre-Test*

Pendapat Birks et al. (2017), menjelaskan validitas merujuk pada keabsahan terkait pengukuran yang menggambarkan sebuah fenomena yang sedang diteliti. Pendapat lain dipaparkan oleh Malhotra, (2020) yang menjelaskan validitas sebagai suatu proses evaluasi yang

bertujuan untuk menilai sejauh mana alat pengukuran mampu merefleksikan atau menjelaskan atribut – atribut yang terkandung dalam sebuah aspek yang akan diselidiki. Dalam studi ini melakukan pengujian validitas dengan menerapkan analisis faktor. Informasi tentang validitas dan nilai yang dianggap relevan untuk mengukur validitas data dapat dilihat pada table 3.2:

Tabel 3.2. Syarat Uji Validitas

No	Kriteria	Syarat Validitas
1.	<i>Kaiser Meyer Olkin - (KMO)</i> <i>Measure of Sampling Adequacy.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai KMO \geq 0.5, disimpulkan instrument dinilai memenuhi untuk melanjutkan analisis. • Nilai KMO $<$ 0.5, disimpulkan instrument dinilai tidak memenuhi dan tidak dapat dilanjutkan analisis.
2.	<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai Signifikan $<$ 0.05, menunjukkan adanya hubungan signifikan antar variabel
3.	<i>Anti – Image Correlation Matrix - (MSA – Measure of Sampling)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai MSA \geq 0.5, menjelaskan data valid. • Nilai MSA $<$ 0.5, menjelaskan data tidak valid.
4.	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai Faktor Loading \geq 0.5, menunjukkan data valid.

3.6.3 Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Berdasarkan pemahaman pendapat Malhotra (2020), mendefinisikan uji reliabilitas sebagai suatu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat sebuah skala dapat menciptakan temuan yang stabil dalam pengukuran yang diulang, serta uji reliabilitas juga berfungsi untuk menilai keseragaman respons. Terdapat metode yang umum diadopsi ketika uji reliabilitas adalah melalui penghitungan *Cronbach's Alpha*. Ketika nilai dari *Cronbach's Alpha* ≥ 0.6 , disimpulkan data memiliki reliabilitas. Namun jika data < 0.6 , disimpulkan data tidak dapat diandalkan atau tidak reliabel.

3.6.4 Analisis Data Penelitian *Main Test*

Pada penelitian ini, data akan dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM). Berdasarkan penyampaian pendapat Malhotra (2020), mendefinisikan *Structural Equation Model* (SEM) sebagai suatu metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi rangkaian keterkaitan antara sejumlah gagasan atau struktur yang diwakili oleh berbagai variabel yang diintegrasikan ke dalam sebuah model komprehensif. Pendekatan ini mempelajari bentuk interaksi timbal balik, yang dijabarkan melalui sejumlah persamaan struktural. Dalam pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) terbagi menjadi 2, yaitu *Covariance Based SEM* (CB-SEM) dan *Partial Least Square SEM* (PLS SEM). *Covariance Based SEM* (CB-SEM) dikenal sebagai metode yang ditujukan mengevaluasi struktural dengan pedoman landasan teoritis, dengan fokus mengevaluasi hubungan antara konstruk dan mengevaluasi keabsahan model, di lanjutkan dengan diverifikasi dengan data empirisnya. Sedangkan *Partial Least Square SEM* (PLS SEM) dikenal sebagai suatu pendekatan yang bertujuan menguji keterkaitan prediktif dari konstruk dengan mempertimbangkan adanya interaksi atau pengaruh antara konstruk tersebut. Untuk mengeksplorasi hubungan tersebut, peneliti mengadopsi pendekatan SEM dengan

metode *Partial Least Square SEM* (PLS SEM) dan menggunakan perangkat SmartPLS untuk menganalisis data utama (*main test*).

Menurut pendapat Hair et al. (2022) menjelaskan beberapa langkah yang diperlukan untuk melakukan analisis PLS-SEM, yaitu:

1. *Specifying the Structural Model*

Peneliti menyusun sebuah grafik dan mengilustrasikan sebuah kerangka penelitian yang kemudian dilanjutkan dengan mengembangkan hipotesis serta korelasi antara variabel yang sedang diuji.

2. *Specifying the Measurement Model*

Pada tahapan ini, dilakukan pengujian terhadap keterkaitan antara struktur studi dan variabel yang dijadikan penanda. Kevalidan dari nilai hipotesis dalam model penelitian dapat dikonfirmasi ketika model pengukuran dapat memperjelas struktur penelitian yang diusulkan.

3. *Data Collection and Examination*

Pada tahapan ini, perencanaan suatu penelitian dilakukan dengan seksama untuk memastikan bahwa setiap tanggapan terhadap indikator soal yang dipertanyakan dianggap sah atau valid.

4. *PLS Path Model Estimation and Algorithm*

Pada tahapan ini, pemahaman yang mendalam tentang algoritma dan statistika yang mendasari PLS-SEM diperlukan untuk menganalisa nilai koefisien dan parameter lain dengan mengklarifikasi konsep serta struktur model.

5. *Evaluation of the Measurement Models*

Fase ini terdiri dari 2 bagian, seperti:

1. *Reflective Measurement Model*

2. *Formative Measurement Model*

Namun pada penelitian ini, hanya terfokus pada *reflective measurement model*.

Tabel 3.3. Pengukuran Uji Validitas

<i>Measurement</i>	<i>Parameter</i>	<i>Rule of Thumb</i>
<i>Internal Consistency (Reliability)</i>	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> $\geq 0,7$
	Nilai <i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i> $\geq 0,7$
<i>Convergent Validity</i>	Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	<i>Average Variance Extracted</i> $\geq 0,5$
<i>Indicator Loadings</i>	Nilai <i>Outer Loadings</i>	<i>Outer Loadings</i> $\geq 0,7$
<i>Discriminant Validity</i>	Nilai <i>Cross-Loading</i>	<i>Cross-Loading</i> suatu variabel $>$ Nilai <i>cross-loading</i> variabel lainnya.
	<i>Formell Larcker Criterion</i>	Nilai <i>AVE</i> indikator dari variabel yang diukur $>$ Nilai <i>AVE</i> variabel lain.

6. *Accessing PLS-SEM Structural Model Result*

Peneliti menjalankan uji terkait performa temuan model structural serta mengevaluasi kemampuannya dalam memprediksi suatu model dan hubungan sesama variabel

Tabel 3.4. *Structural Model Result*

Kriteria	Rule of Thumb
<i>T-Statistics (alpha 5%)</i>	Jika nilai t-statistik berada dalam rentang -1,645 hingga 1,645, maka dianggap tidak signifikan. Namun, jika nilai t-statistik berada di luar rentang tersebut, baik $< -1,645$ maupun $> 1,645$ dianggap signifikan

<i>R-Square</i>	R-square = 0,75 (model penelitian klasifikasi kuat)
	R-square = 0,50 (model penelitian klasifikasi moderat)
	R-square = 0,25 (model penelitian klasifikasi lemah)
<i>Effect size f^2</i>	$f^2 = 0,02$ (menggambarkan efek kecil)
	$f^2 = 0,15$ (menggambarkan efek moderat)
	$f^2 = 0,35$ (menggambarkan efek besar)
<i>Blindfolding and Predictive Relevane Q^2</i>	Jika nilai $Q^2 > 0$, maka menunjukkan bahwa model penelitian memiliki relevansi prediktif.
	Jika nilai $Q^2 < 0$, maka menunjukkan bahwa model penelitian tidak memiliki relevansi prediktif.
Q^2	$Q^2 = 0,02$ (menggambarkan relevansi prediktif kecil)
	$Q^2 = 0,15$ (menggambarkan relevansi prediktif kecil)
	$Q^2 = 0,35$ (menggambarkan relevansi prediktif kecil)

7. *Advanced PLS-SEM Analysis*

Di fase ini, peneliti bisa melaksanakan analisis yang terperinci dan mendalam seperti PLS-MGA dan lainnya.

8. *Interpretation of Results and Drawing Conclusions*

Pada tahap ini, peneliti dapat menyimpulkan penelitian berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang diperoleh melalui metode PLS-SEM.

3.6.5 Identifikasi Variabel Penelitian

1. *Measurement Theory (Outer Model)*

1.1. *Convergent Validity*

Convergent validity sebagai bagian pengukuran bertujuan menunjukkan hubungan positif dengan menggunakan indikator dari konsep yang serupa (Hair et al., 2022). *Convergent validity* dapat dinilai dengan melihat dari *outer loading* dan AVE, dengan persyaratan untuk nilai *outer loading* adalah $\geq 0,7$ dan nilai dari AVE $> 0,5$.

1.2. *Discriminant Validity*

Discriminant validity merupakan pengukuran evaluasi menilai tingkat seberapa berbeda suatu konstruk dari konstruk lainnya berdasarkan pedoman empiris. (Hair et al., 2022). Menurut pendapat Hair et al. (2022), syarat untuk *cross loading factor* adalah $\geq 0,7$. Suatu indikator dapat dikategorikan lolos *discriminant validity* apabila nilai *cross loading* terhadap konstruk yang sesuai menjadi paling tinggi jika disandingkan dengan konstruk lainnya.

1.3. *Reliability*

Reliability dievaluasi melalui *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan *rho_A* yang memenuhi standar dan ketentuan adalah $> 0,7$. (Hair et al., 2022).

2. *Structural Theory (Inner Model)*

2.1. *Coeficeint of Determination (R²)*

Suatu indeks yang menilai hasil modifikasi dari *coeficeint of determination* mengambil kalkulasi dari jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model serta ukuran sampel, disebut sebagai R^2 . Menurut pendapat Hair et al., (2022) menjelaskan bahwa nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, dimana nilai yang lebih tinggi menandakan tingkat akurasi prediksi yang lebih tinggi.

2.2. *Cross Validated Redunancy (Q²)*

Indeks yang menilai kemampuan model jalur dalam memprediksi nilai awal yang diamati disebut sebagai Q^2 . Menurut pendapat Hair et al., (2022) menjelaskan bahwa apabila nilai Q^2 melebihi 0, maka konstruk eksogen menunjukkan relevansi prediktif terhadap konstruk endogen yang sedang dipertimbangkan.

2.3. *Effect of Size (f^2)*

Ukuran yang digunakan untuk menilai apakah penghilangan konstruk tertentu dapat memiliki substansial pada pengaturan variabel endogen sebagai f^2 . Menurut Hair et al., (2022) jika $f^2 < 0,02$ dianggap tidak memiliki dampak signifikan. Selain itu dijelaskan bahwa nilai f^2 merupakan hasil dari kombinasi antara konstruksi endogen dan eksogen yang sesuai.

2.4. *T-Statistics (One Tailed)*

Uji T merupakan metode yang digunakan untuk menilai tingkat signifikansi suatu hipotesis. Menurut Hair et al., (2022) menjelaskan bahwa jika nilai *t-statistic* $< 1,65$, diketahui bahwa hasilnya dianggap tidak signifikan, sedangkan jika $> 1,65$, maka hasilnya dianggap signifikan. Selain itu, nilai *p-value* juga harus $< 0,05$ untuk menunjukkan signifikansi.

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Testing Structural Relationship

Validitas diverifikasi atau dinilai memenuhi dengan mempertimbangkan beberapa kriteria, yaitu sebagai berikut:

1. Apabila *standard koefisien* > 0 , maka disimpulkan bahwa uji hipotesis menunjukkan hubungan positif, namun jika *standard koefisien* < 0 , maka ada indikasi adanya hubungan negatif.
2. Ketika nilai $p < 0.005$, ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel yang diuji (Malhotra, 2020).
3. Nilai *T-value* melebihi 1.65 (Hair et al., 2022).