

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Tangerang

Gambaran Umum: Penelitian berjudul "Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Intensi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Tangerang " akan memfokuskan pada mahasiswa Tangerang Raya. Tangerang Raya adalah daerah di Provinsi Banten, Indonesia, yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan dan menjadi salah satu pusat pertumbuhan industri dan pendidikan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pendidikan kewirausahaan mempengaruhi keinginan mahasiswa untuk menjadi wirausahawan di wilayah ini.

Penelitian ini melibatkan mahasiswa dari berbagai institusi pendidikan di Tangerang, termasuk universitas, institut, dan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang bagaimana pendidikan kewirausahaan mempengaruhi keinginan mahasiswa untuk berwirausaha. Penelitian ini akan mengevaluasi bagaimana sikap mahasiswa terhadap pendidikan kewirausahaan memengaruhi keinginan mereka untuk menjadi wirausaha. Dalam hal ini, penelitian ini akan mengukur elemen sikap terhadap pendidikan kewirausahaan, seperti elemen kognitif, afektif, dan perilaku, untuk menentukan seberapa besar pengaruhnya terhadap keinginan mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Selain itu, penelitian ini akan mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan kewirausahaan yang mungkin memengaruhi keinginan mahasiswa.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan rekomendasi untuk meningkatkan dan meningkatkan pendidikan kewirausahaan di Tangerang untuk pihak-pihak terkait seperti pemerintah daerah, institusi pendidikan, dan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, penelitian ini juga akan berfungsi sebagai referensi untuk studi lain yang berkaitan dengan pendidikan kewirausahaan dan keinginan kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2020;92), "desain penelitian" adalah istilah yang mengacu pada kerangka kerja yang digunakan untuk mengarahkan proyek penelitian pemasaran. Dalam penelitian ini, alat skala Likert, yang terdiri dari indikator, digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu terhadap fenomena atau objek tertentu. Dengan desain penelitian ini, akan lebih mudah bagi peneliti untuk memilih teknik mana yang akan digunakan.

Malhotra (2020;92-93) membagi dua kategori utama desain penelitian. Yang pertama adalah desain penelitian eksplorasi, yang memberikan wawasan, pemahaman, dan gagasan awal tentang masalah utama yang dihadapi peneliti. yang kedua adalah desain penelitian selesai, yang lebih terstruktur daripada desain eksplorasi. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan atau hubungan kausal yang spesifik. Karena fokus penelitian ini adalah menguji hubungan tertentu, peneliti memilih untuk menggunakan jenis penelitian yang telah diselesaikan. Untuk setiap indikator pernyataan yang diberikan kepada responden, kuesioner dengan skala Likert 1-5 digunakan untuk pengumpulan data. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan konklusif tentang hubungan yang spesifik yang terkait dengan objek atau fenomena yang diteliti, pemahaman ini dapat menghasilkan informasi yang lebih terstruktur dan terukur.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian, populasi adalah keseluruhan unit, individu, objek, atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik yang akan diuji. Populasi dapat berupa orang, benda, lembaga, acara, dan lainnya yang dapat menghasilkan atau memberikan informasi (data) untuk penelitian, yang kemudian dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.

Menurut Handayani (2020), Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki karakteristik yang sama, seperti anggota kelompok, peristiwa, atau objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, populasinya adalah mahasiswa dari Tangerang.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra et al. (2020), terdapat dua teknik pengambilan sampel, yaitu:

- *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian.

- *Non-Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian.

Berdasarkan teori di atas, *Non-Probability Sampling* juga terbagi menjadi empat tipe,

Berdasarkan teori di atas, *Non-Probability Sampling* juga terbagi menjadi empat tipe, yaitu:

1. *Convenience Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan seberapa mudah peneliti menemukan sampel.
2. *Judgemental Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang didasarkan pada keputusan yang dibuat oleh peneliti.

3. *Quota Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang menggunakan kuota elemen populasi, lalu mengambil sampel berdasarkan *Convenience* atau *Judgemental*.
4. *Snowball Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam dua tahap. Seseorang dipilih secara acak dari populasi dalam tahap pertama, dan orang yang dipilih tersebut meminta teman atau keluarganya untuk menjadi responden dalam tahap kedua.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Non-Probability Sampling Judgemental Sampling*. Peneliti tidak dapat menggunakan semua orang dalam populasi sebagai sampel penelitian, jadi metode ini dipilih karena peneliti hanya memilih sampel sesuai dengan persyaratan tertentu, yaitu:

- Mahasiswa aktif
- Berdomisili di Tangerang
- Pernah mendapatkan Pendidikan kewirausahaan

Karena persyaratan tersebut, peneliti tidak dapat menggunakan anggota populasi yang tidak memenuhi kriteria tersebut.

3.3.2.1 *Sampling Size*

Sampling Size mengacu pada jumlah individu atau komponen populasi yang dipilih untuk diambil sebagai sampel dalam suatu penelitian. Tujuan penelitian, signifikansi yang diharapkan, keragaman populasi, dan ketersediaan sumber daya dapat mempengaruhi penentuan ukuran sampel. Memilih ukuran sampel yang tepat sangat penting karena berdampak pada validitas dan generalisabilitas hasil penelitian. Penggunaan ukuran sampel yang terlalu kecil dapat mengakibatkan kesalahan sampel

yang tinggi dan hasil yang kurang akurat, sementara penggunaan ukuran sampel yang lebih besar dapat meningkatkan keakuratan dan kemampuan untuk menggeneralisasi hasil penelitian.

Penentuan jumlah sampel merujuk pada hair et all yaitu jumlah item pertanyaan x 5 sehingga didapat jumlah minimal responden (Hair Et All :2010). Penentu jumlah sampel minimal pada peneliti ini mengacu pada pernyataan, bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyak indikator pertanyaan yang digunakan dengan asumsi $n \times 5$ sampai $n \times 10$ *observed* variabel (indikator) peneliti ini item adalah banyaknya responden pertanyaan dikali 5 sampai 10. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$24 \times 5 = 120 \text{ responden.}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Yusi dan Idris (2009:101), data adalah kumpulan angka, fakta, fenomena atau keadaan atau lainnya yang disusun menurut logika tertentu merupakan hasil pengamatan, pengukuran atau pencacahan dan sebagainya terhadap variabel dari suatu objek kajian, yang berfungsi dapat digunakan untuk membedakan objek yang satu dengan lainnya pada variabel yang sama. Sangat penting untuk membuat model yang jelas. Data menggambarkan bentuk lambang, angka, huruf, dimensi, kondisi, atau beberapa variabel yang telah diolah menjadi informasi. Tanpa data, penelitian tidak mungkin dilakukan.

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai sumber data primer. Selain itu, observasi, wawancara, dan kuisisioner adalah metode pengumpulan data primer lainnya. Metode ini memungkinkan para peneliti untuk mengumpulkan berbagai jenis data dari berbagai jenis responden (Sekaran & Bougie, 2016). Studi ini menggunakan kuisisioner.

Peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner ke sampel mahasiswa yang tinggal di Tangerang dan telah menerima pendidikan kewirausahaan. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner untuk *pre test* kepada 40 responden, Peneliti juga mengumpulkan 135 responden melalui formulir *Google* saat melakukan *main-test*.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Sumber	Scalling Techniques
1	<i>Entrepreneurship Education</i>	Pengetahuan kewirausahaan adalah ilmu, seni maupun prilaku, sifat, ciri, dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara	EE 1	Saya merasa materi pendidikan kewirausahaan yang saya ikuti meningkatkan pemahaman saya tentang sikap kewirausahaan.	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point

		<p>kreatif. Berpikir sesuatu yang baru (kreatifitas) dan bertindak melakukan sesuatu yang baru (keinovasian) guna menciptakan nilai tambah agar mampu bersaing dengan tujuan menciptakan kemakmuran individu dan masyarakat. Karya dari wirausaha dibangun berkelanjutan, dilembagakan agar kelak berjalan dengan efektif ditangan orang lain.</p> <p>(Moerdiyanto, 2012).</p>	EE 2	<p>Pendidikan kewirausahaan memperluas pemahaman saya tentang kewirausahaan pada tingkat sosial dan individu.</p>	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point
			EE 3	<p>Pendidikan kewirausahaan membekali saya dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menghasilkan ide bisnis yang inovatif.</p>	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point
			EE 4	<p>Pengkajian tema keuangan dalam</p>	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point

				<p>pendidikan kewirausahaan memberikan saya fondasi yang kuat dalam literasi keuangan, yang penting untuk membuat keputusan bisnis yang tepat.</p>		
			EE 5	<p>Strategi manajemen risiko dan teknik penilaian ketidakpastian dalam pendidikan kewirausahaan meningkatkan kemampuan saya untuk menghadapi</p>	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point

				tantangan dalam berwirausaha.		
2	<i>Entrepreneurial Motivation</i>	<p>Motivasi berwirausaha adalah faktor yang memiliki peran besar dibalik kesuksesan usaha seseorang.</p> <p>Motivasi usaha merupakan dorongan bagi seseorang untuk melakukan usaha dengan semangat, inovatif dan kreatifitas yang tinggi, serta berani dalam menghadapi segala risiko dalam rangka memperoleh</p>	EM 1	<p>Apakah seorang pengusaha harus aktif dalam mengontrol atau secara langsung terlibat dalam pengambilan Keputusan dalam bisnisnya.</p>	Indonesia Berdaya, 4(2), 2023	Skala likert 5 point
		<p>dengan semangat, inovatif dan kreatifitas yang tinggi, serta berani dalam menghadapi segala risiko dalam rangka memperoleh</p>	EM 2	<p>Apakah seorang pengusaha harus memiliki semangat yang tinggi dan bersedia untuk berjuang untuk maju?</p>	Indonesia Berdaya, 4(2), 2023	Skala likert 5 point

		keuntungan. Faktor utama yang dapat memotivasi perempuan dalam berwirausaha adalah karena tidak memiliki pekerjaan. Orang yang tidak memiliki pekerjaan lebih berkemungkinan untuk melakukan kegiatan wirausaha dibandingkan dengan orang yang sudah bekerja. (Ardiyanti & Mora, 2019).	EM 3	Dalam berbisnis selain keuntungan, ada juga kemungkinan kerugian	Indonesia Berdaya, 4(2), 2023	Skala likert 5 point
			EM 4	Bisnis yang dijalankan harus sesuai dengan kebutuhan pasar	Indonesia Berdaya, 4(2), 2023	Skala likert 5 point
			EM 5	Saya berani membuka usaha walaupun belum mengerti hasilnya	Indonesia Berdaya, 4(2), 2023	Skala likert 5 point
3	<i>Social Media Utilization</i>	Sosial media merupakan alat teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu	SMU 1	Mahasiwa menggunakan media sosial sebagai sarana berkomunikasi	Siti Masfufah, 2015691000 55 (2019)	Skala likert 5 point

		pengembangan pemasaran dan dapat membantu meningkatkan penjualan jangka panjang. (Dewi, 2019).		dengan banyak orang		
			SMU 2	Media sosial cocok sebagai media untuk berwirausaha saat ini	Siti Masfufah, 2015691000 55 (2019)	Skala likert 5 point
			SMU 3	Media sosial digunakan sebagai sarana promosi bagi para wirausaha	Siti Masfufah, 2015691000 55 (2019)	Skala likert 5 point
			SMU 4	Dengan media sosial wirausaha dapat <i>mengupdate</i> berita terkini tentang berwirausaha	Siti Masfufah, 2015691000 55 (2019)	Skala likert 5 point
			SMU 5	Kemudahan bersosialisasi	Vol. 12 No. 01 (2023):	Skala likert 5 point

				dan berinteraksi dengan media sosial membuat saya termotivasi untuk berwirausaha atau bisnis online	Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi	
4	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Intensi berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha	EI 1	Ide untuk memulai bisnis baru menjadi hal yang menarik bagi saya.	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point
			EI 2	Saya mempertimbangkan untuk memilih karir sebagai wirausaha.	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point

		baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. (Yanto dalam Santi, dkk, 2017).	EI 3	Saya lebih suka menjadi pengusaha daripada karyawan perusahaan atau organisasi.	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point
			EI 4	Saya ingin memiliki kebebasan untuk mengembangkan bisnis saya sendiri.	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point
			EI 5	Saya ingin memiliki dampak besar pada masyarakat melalui keterampilan kewirausahaan saya.	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point

			EI 6	Saya lebih suka memulai sebuah perusahaan daripada menjadi manajer pada sebuah perusahaan.	Costa Natalia, et al. (2022)	Skala likert 5 point
--	--	--	------	--	------------------------------	----------------------

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan harus dianalisis untuk menarik kesimpulan yang valid, data yang telah dikumpulkan harus dianalisis. Proses sistematis untuk menemukan dan merangkai data ke dalam berbagai kategori, membaginya menjadi unit, melakukan sintesis, merangkainya menjadi pola, dan memilih data mana yang paling relevan untuk dipelajari dikenal sebagai analisis data (Sugiyono, 2020:132).

Untuk melakukan analisis data *pre-test*, penulis menggunakan alat bantu statistik SPSS versi 26. Untuk *main-test*, penulis menggunakan pendekatan analisis kuantitatif yang menggunakan *Partial Least Square (PLS)*, yang merupakan metode analisis yang efektif karena tidak didasarkan pada banyak asumsi (Abdullah, 2015). Penulis melakukan analisis data main test menggunakan metode SEM dengan aplikasi *SmartPLS* versi 4.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah penelitian dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang

diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel-variabel yang diteliti secara tepat (Ghozali, 2018).

Beberapa metode dapat digunakan untuk menguji validitas, yaitu:

- Kaiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Nilai yang baik untuk KMO MSA adalah lebih dari 0,50, dan nilai yang rendah menunjukkan bahwa data tidak sesuai untuk analisis faktor (Ghozali, 2018).
- Signifikansi (sig.). Nilai signifikansi yang baik adalah lebih dari 0,05, dan nilai signifikansi yang rendah menunjukkan bahwa ada hubungan antara variabel (Hair et al., 2010).
- Nilai Pengukuran Kesesuaian Sampel (MSA). Nilai MSA yang baik adalah lebih dari 0,50, sedangkan nilai MSA yang rendah menunjukkan bahwa variabel tidak sesuai untuk dimasukkan ke dalam faktor yang sama (Hair et al., 2010).
- Faktor pengisian: Nilai faktor pengisian yang baik adalah lebih dari 0,50, sedangkan nilai yang rendah menunjukkan bahwa faktor tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel (Hair et al., 2010).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018: 45), kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengukur variabel. Kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu dan fenomena yang diukur tidak berubah.

Untuk mengevaluasi reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Cronbach's Alpha* SPSS 26. Dilakukan uji reliabilitas terhadap tiga puluh responden untuk memastikan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden konsisten dalam semua kondisi. Reliabilitas setidaknya 0,70 (Ghozali, 2021).

3.6.3 Analisis Data Penelitian

Peneliti menggunakan Model Persamaan Struktural (SEM) untuk melakukan analisis data. SEM dapat digunakan untuk memeriksa hubungan timbal balik antara sejumlah variabel yang dapat dimodelkan melalui persamaan regresi berganda. Selain itu, SEM dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja setiap elemen dari sebuah ide. Hair et al. (2010) menjelaskan bahwa Model Persamaan Struktural (SEM) adalah metode statistik yang efektif untuk mengevaluasi hubungan timbal balik antara sejumlah variabel yang dapat ditampilkan melalui persamaan regresi berganda. SEM juga dapat digunakan untuk menilai kinerja setiap dimensi dari sebuah ide.

3.6.4 Evaluasi Measurement Model Pengukuran (Outer Model)

Validitas konvergen dan diskriminan, dua komponen utama ujian validitas konstruk PLS-SEM, digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik indikator konstruk mengukur konstruk. Validitas Konvergen adalah ukuran sejauh mana indikator-indikator konstruk yang sama berkorelasi secara signifikan.

Validitas diskriminan mengacu pada tingkat korelasi yang rendah antara indikator konstruk yang berbeda. Uji validitas konstruk, menurut Jogiyanto (2011:70), memerlukan korelasi yang signifikan antara konstruk dan item pertanyaan yang relevan sambil mempertahankan korelasi yang rendah dengan variabel lain.

Uji luar model bertujuan untuk menentukan bagaimana variabel laten dan indikatornya berhubungan satu sama lain. Metode *PLS Algorithm* digunakan dalam pengujian ini. Validitas konstruk, yang terdiri dari validitas konvergen dan diskriminan, melibatkan dua tes untuk pengukuran model luar, yaitu:

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengevaluasi kemampuan instrumen penelitian untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur, menurut Cooper dan Schindler (2006). PLS SEM mengevaluasi validitas melalui berbagai kriteria.

- Validitas Konvergen

Prinsip validitas konvergen menekankan bahwa instrumen pengukur konstruk memiliki korelasi yang signifikan (Jogiyanto, 2011:70). Nilai faktor penampungan untuk setiap indikator konstruk dapat diperiksa untuk mengevaluasi validitasnya (Ghozali & Latan, 2015:74). Secara umum, nilai faktor pengisian yang diharapkan melebihi 0,7 dalam penelitian konfirmatif, sementara dalam penelitian eksploratif, nilai tersebut berkisar antara 0,6 dan 0,7. Nilai *Average Extracted Variance* (AVE) juga harus melebihi 0,5 (Ghozali & Latan, 2015:74).

- Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan adalah kemampuan suatu instrumen untuk membedakan antara dua struktur yang berbeda, menurut Jogiyanto (2011). Nilai *cross loading* dan AVE dapat digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan.

Nilai *cross loading*, yang harus lebih besar dari 0,7 untuk setiap variabel, menunjukkan bahwa variabel tersebut lebih berkorelasi dengan konstruk yang diukurnya daripada konstruk lainnya.

Average Variance Extracted (AVE) adalah singkatannya. AVE mengukur proporsi varians variabel yang dijelaskan konstruk. Untuk setiap bangunan, AVE harus lebih besar daripada korelasi antara bangunan tersebut dan bangunan lainnya dalam model. menunjukkan bahwa struktur ini memiliki kemampuan untuk membedakan diri dari struktur lainnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas konstruk didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik suatu instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukurnya, menurut Ghazali dan Latan (2015). *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* adalah dua metode yang digunakan untuk melakukan penilaian ini. Jika indeks *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7, instrumen tersebut dianggap memiliki reliabilitas konstruk yang baik.

Composite Reliability adalah indeks reliabilitas yang mengukur konsistensi internal suatu instrumen dengan menggunakan variabel laten sebagai dasar. Nilai *Composite Reliability* lebih dari 0,7 menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki reliabilitas konstruk yang baik.

Tabel 3. 2 Pengukuran Evaluasi Model Pengukuran

Pengukuran	Parameter	<i>Rule Of Thumb</i>
Validitas Convergent	<i>Outer Loadings</i>	Outer Loadings ≥ 0.7
	<i>Average Variances Extracted</i>	AVE ≥ 0.5
Validitas Discriminant	<i>Fornell Larcker Criterion</i>	Fornell Larcker Criterion Dalam menilai variabelnya sendiri
	<i>Cross Loading Factor</i>	Cross Loading Factor ≥ 0.7 Terhadap Variabel sendiri dan diharapkan lebih besar daripada variabel lainnya

Relibialitas	<i>Cronbach`s Alpha</i>	Cronbach`s Alpha ≥ 0.7
	<i>Composite Reliability</i>	Composite Reliability ≥ 0.7

Sumber: Ghozali dan Latan (2015)

3.6.5 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah memastikan validitas model penelitian, tahap kedua evaluasi adalah evaluasi model struktural. Tujuan dari evaluasi model struktur adalah untuk menguji hipotesis penelitian yang telah dibuat. Uji signifikansi parameter yang diestimasi digunakan untuk menguji hipotesis untuk *inner model*. Signifikansi parameter yang diestimasi menunjukkan hubungan antara struktur dan variabel penelitian.

Beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model structural (*inner model*) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Pengukuran Model Struktural

Kriteria	Parameter
<i>R Square</i>	0.67, 0.33, dan 0. 19 menunjukkan nilai kuat, moderat, dan lemah.
<i>Predictive Relevance</i>	Nilai yang 0 menunjukkan model memiliki predictive relevance
<i>Effect Size</i>	Nilai 0.035, 0.15, dan 0.02 menunjukka nilai besar, sedang, dan kecil.
Signifikansi	t-Value 1.28 (significant level = 10%)

<i>(two tailed)</i>	t-Value 1.65 (Significant level = 5%)
	t-Value 2.33 (Significant level = 1%)
<i>P-Value</i>	P-Value 0.5 (Significant level = 5%)

Sumber : Hair et al. (2012)