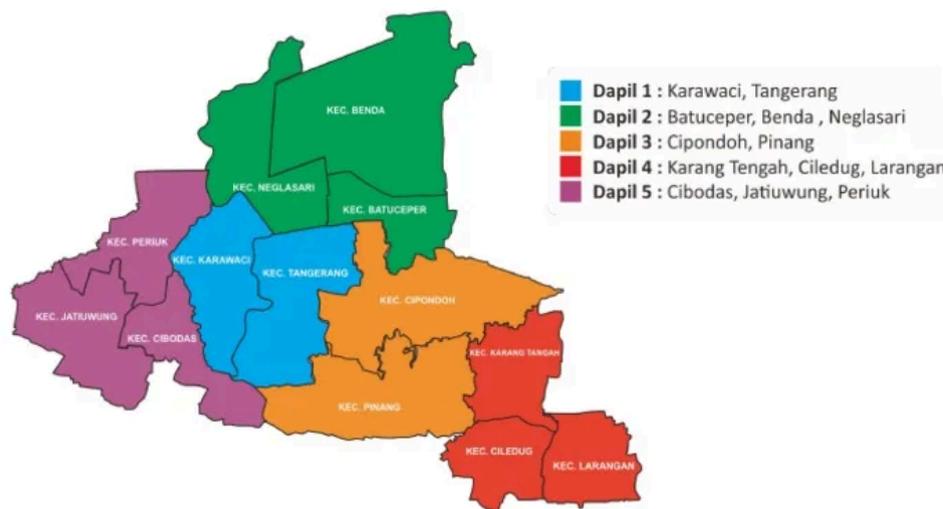


## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis tentunya memiliki tujuan yaitu penulis ingin menganalisis mengenai pengaruh *Innovation*, *Attitude*, *Motivation*, dan *Social Media Usage* terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition* pada Generasi Z di Kota Tangerang. Dan objek penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh Generasi Z yang ada di Kota Tangerang.



Gambar 3.1 Peta Kota Tangerang

Sumber : Scribd.com

Kota Tangerang merupakan sebuah kota yang memiliki 13 Kecamatan dan 104 Kelurahan secara administratif, 13 Kecamatan tersebut ialah Batucepser, Benda, Cibodas, Ciledug, Cipondoh, Jatiuwung, Karangtengah, Karawaci, Larangan, Neglasari, Periuk, Pinang, dan Tangerang. Kota Tangerang sendiri berbatasan secara langsung dengan daerah lainnya, seperti Jakarta, Kabupaten Tangerang dan Tangerang selatan. Luas Kota Tangerang berdasarkan data dari situs pemerintahan Provinsi Banten ialah 164,6 Km<sup>2</sup>. (Kompas.com, 2022)

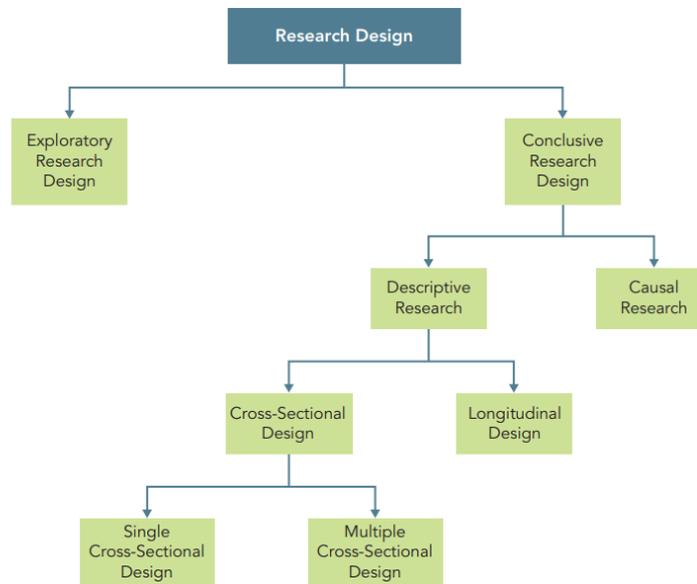
Stillman dan Stillman dalam Pujiono (2021) telah mendaftarkan beberapa generasi sebelum munculnya generasi Alpha, yaitu generasi *Traditionalist* (Pra-1946), *Baby Boomer* (1946-1964), Generasi X (1965-1979), Millennial (1980-1994), dan Generasi Z (1995-2012). Menurut Stillman & Stillman dalam Pujiono (2021) mengatakan bahwa banyak pihak yang memberikan nama lain terhadap Generasi Z, yaitu seperti *iGeneration*, *Gen Tech*, *Gen Wii*, *Homeland Generation*, *Net Gen*, dan *Digital Natives*.

Dalam kehidupan sehari-harinya Generasi Z telah berdampingan dengan penggunaan internet. Hal tersebut juga telah dikatakan oleh Khan & Bansal dan Helaludin dalam Pujiono (2021) yang mengatakan bahwa Generasi Z merupakan generasi yang hidup pada zaman internet dan jaringan di seluruh dunia. Di Indonesia Generasi Z merupakan generasi yang paling aktif dalam menggunakan media sosial. Menurut Maharrani (2019) bahwa sebesar 64,8% masyarakat di Indonesia telah menggunakan internet.

Media sosial merupakan sebuah media yang digemari atau disukai oleh Generasi Z, sehingga pembelajaran dengan memanfaatkan media sosial akan menarik minat Generasi Z. Menurut Prahara dalam Pujiono (2021) menyarankan agar Generasi Z tidak hanya sebatas mengandalkan perangkat teknologi saja, melainkan Generasi Z sebaiknya terbiasa menggunakan *Youtube* atau media sosial yang mampu menginspirasi mereka. Hal tersebut bertujuan agar mereka mampu lebih cepat memahami dalam pembelajaran dan tepat sasaran.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 3.2 Desain Penelitian



Gambar 3.2 Research Design  
Sumber : Malhotra (2020)

Menurut Malhotra (2020) mengatakan bahwa desain penelitian merupakan sebuah kerangka kerja yang bertujuan untuk melaksanakan proyek riset pemasaran. Hal tersebut menjelaskan bahwa adanya prosedur yang diperlukan dalam memperoleh informasi untuk merumuskan masalah riset pemasaran. Dengan adanya desain penelitian yang baik dapat memastikan dalam melakukan penelitian yang efektif dan efisien.

### 3.2.1 Jenis Desain Penelitian

Dalam klasifikasi desain penelitian terdapat dua tipe utama menurut Malhotra (2020) :

**Exploratory Research Design** : merupakan jenis penelitian yang memberikan pemahaman dan wawasan mengenai masalah yang sedang dihadapi oleh peneliti. Desain penelitian ini juga digunakan dalam mendefinisikan masalah dengan cepat dan mendapat wawasan tambahan sebelum sebuah pendekatan dikembangkan.

**Conclusive Research Design** : merupakan jenis penelitian yang bertujuan dalam melakukan pengujian terhadap hipotesis tertentu dan menguji hubungan tertentu, dan dalam penelitian ini peneliti diharuskan dalam menentukan informasi yang dibutuhkan. Selain itu juga jenis desain penelitian ini lebih terstruktur dibandingkan penelitian eksplorasi.

#### 1. *Descriptive Research*

Dalam desain penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu untuk mendeskripsikan sesuatu, biasanya berupa karakteristik. terdapat beberapa alasan dalam melakukan penelitian menggunakan *Descriptive Research* :

- I. Untuk mendeskripsikan karakteristik kelompok, seperti konsumen, organisasi, atau area pasar.
- II. Digunakan untuk mengetahui persentase unit dalam populasi tertentu yang merujuk pada perilaku tertentu
- III. Digunakan untuk mengetahui pandangan terhadap suatu karakteristik produk
- IV. Digunakan untuk mengetahui sejauh mana terdapat hubungan antara variabel-variabel pemasaran.
- V. Digunakan dalam membuat suatu prediksi tertentu dalam penelitian

#### 2. *Causal Research*

*Causal Research* merupakan sebuah desain penelitian yang biasa digunakan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat. Desain penelitian ini cocok dalam memperoleh tujuan seperti memahami sebuah variabel yang menjadi penyebab dan variabel yang dapat menjadi akibat dalam suatu fenomena, dan untuk mengetahui hubungan antara variabel penyebab dan akibat yang nantinya akan diprediksi. *Causal Research* sama halnya seperti penelitian deskriptif, hal itu dikarenakan *Causal Research* membutuhkan desain yang terencana serta terstruktur.

### 3. *Cross-Sectional Designs*

Desain penelitian ini melibatkan terkait pengumpulan informasi dari sampel populasi tertentu sebanyak satu kali. Hal tersebut dapat berupa desain penampang tunggal atau penampang ganda. Dan *Cross-Sectional Designs* merupakan desain penelitian yang sering digunakan dalam riset pemasaran.

### 4. *Longitudinal Designs*

Dalam desain penelitian ini menggunakan sampel tetap dari elemen populasi yang diukur secara berulang kali pada variabel yang sama. *Longitudinal Designs* berbeda dengan *Research Design* lainnya, hal itu dikarenakan sampel atau sampel tetap akan sama sepanjang waktu. Dan berbeda juga dengan *Cross-Sectional Designs* dikarenakan dalam *Longitudinal Designs* memberikan gambaran yang mendalam mengenai situasi dan perubahan yang sedang terjadi.

### 5. *Single Cross-Sectional Design*

Desain penelitian ini hanya menggunakan satu sampel responden yang diambil dari populasi sasaran, serta informasi yang didapatkan hanya diperoleh satu kali dari sampel tersebut. *Single Cross-Sectional Design* juga disebut sebagai desain penelitian survei sampel.

### 6. *Multiple Cross-Sectional Design*

*Multiple Cross-Sectional Design* memiliki sampel responden sebanyak dua atau lebih, namun informasi yang didapat dari setiap sampel hanya diperoleh satu kali saja. Informasi dari sampel yang berbeda seringkali diperoleh dalam jangka waktu yang lama. Dalam desain penelitian ini memungkinkan dalam melakukan perbandingan pada tingkat agregat, namun tidak tepat untuk tingkat responden individu, hal itu dikarenakan setiap survei yang dilakukan sampel yang diambil berbeda,

sehingga tidak ada cara dalam membandingkan pengukuran yang akan dilakukan oleh masing-masing responden di seluruh survei.

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, peneliti akan menggunakan *Conclusive Research Design* yang bertipe *Descriptive Research*, hal itu dikarenakan peneliti ingin melaksanakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Innovation*, *Attitude*, *Motivation*, dan *Social Media Usage* terhadap *Entrepreneurial Skill Acquisition* pada Generasi Z di Kota Tangerang. Pengambilan data yang akan digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan *descriptive research* yang bertipe *single cross-sectional design*. Hal tersebut dikarenakan peneliti hanya memperoleh data sebanyak satu kali saja dalam pengambilan data.

### 3.2.2 Data Penelitian

Menurut Malhotra (2020) mengatakan bahwa terdapat 2 jenis data yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian, yaitu:

#### 1) *Primary Data*

*Primary Data* adalah sebuah data yang diperoleh dari peneliti dan memiliki tujuan yaitu untuk menangani masalah penelitian. Dalam mendapatkan data ini lebih membutuhkan waktu yang lama.

#### 2) *Secondary Data*

*Secondary Data* adalah sebuah data yang dikumpulkan untuk tujuan lain dan diluar permasalahan yang ada. *Secondary Data* merupakan data yang mudah ditemukan serta murah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* didapatkan oleh peneliti dari hasil survei yang telah dilakukan, dimana dari hasil survei tersebut peneliti memperoleh data yang akurat berdasarkan jawaban yang diberi oleh responden. Dan *secondary data* didapatkan oleh peneliti diluar dari responden, melainkan dari sumber lain seperti *website*,

jurnal penelitian, dan buku. Data-data tersebut digunakan oleh peneliti bertujuan untuk pengembangan hipotesis dalam penelitian yang dilakukan.

### **3.3 Metode Penelitian**

Menurut Malhotra (2020) terdapat dua tipe metode penelitian, yaitu :

#### **3.3.1 *Qualitative Methods***

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memberikan wawasan dan pemahaman mengenai konteks masalah

#### **3.3.2 *Quantitative Methods***

Penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian yang berusaha untuk mengukur sebuah data dan pada umumnya menggunakan beberapa bentuk analisis statistik.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang didapatkan dari skala pengukuran responden untuk dilakukannya analisa.

### **3.4 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Malhotra (2020) populasi sasaran adalah sekelompok elemen atau objek yang memiliki informasi yang diperlukan oleh peneliti dan dijadikan dasar untuk membuat kesimpulan. Ketidaktepatan dalam definisi populasi sasaran dapat mengakibatkan penelitian yang tidak efektif atau bahkan merugikan. Definisi yang jelas mengenai populasi sasaran melibatkan penjabaran definisi masalah ke dalam pernyataan yang tepat tentang individu yang harus atau tidak harus disertakan dalam sampel.

Populasi sasaran harus didefinisikan berdasarkan elemen, unit pengambilan sampel, cakupan, dan waktu. Elemen merupakan suatu hal yang merujuk pada objek yang menjadi fokus informasi yang diinginkan.

Dalam survei, unsur ini umumnya terdiri dari responden. Dalam penelitian ini target populasi yang akan digunakan yaitu Generasi Z yang berada di wilayah Kota Tangerang.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Malhotra (2020) sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang dipilih untuk mengambil bagian dalam penelitian. Karakteristik sampel yang biasa disebut sebagai statistik, kemudian dipergunakan untuk membuat kesimpulan mengenai sifat-sifat populasi. Proses untuk mengaitkan karakteristik sampel dan sifat-sifat populasi yaitu melalui prosedur estimasi dan pengujian hipotesis.

Dalam teknik pengambilan sampel dapat diklasifikasikan dengan luas dan terbagi menjadi dua yaitu :

- 1) *Probability* adalah unit pengambilan sampel yang dipilih secara acak. Peneliti dapat menentukan terlebih dahulu setiap kemungkinan sampel dengan ukuran tertentu yang dapat diambil dari populasi, serta probabilitas masing-masing sampel potensial, namun memungkinkan untuk menentukan probabilitas pemilihan sampel tertentu dengan ukuran tertentu.
- 2) *Non-probability* merupakan teknik pengambilan sampel yang mengandalkan pada kenyamanan atau penilaian peneliti. Peneliti dapat menentukan dan memilih unsur-unsur yang akan dimasukkan ke dalam sampel berdasarkan kesadaran. Terdapat teknik pengambilan sampel *non-probability* yang umum digunakan yaitu :
  - A. *Convenience sampling* adalah teknik pengambil sampel *non-probability* yang memiliki tujuan untuk memperoleh sampel elemen yang tepat. Dalam memilih teknik pengambilan sampel biasanya menggunakan proses wawancara.

- B. *Judgmental sampling* merupakan salah satu bentuk pengambilan sampel *convenience sampling*, dimana dalam memilih elemen-elemen populasi dipilih berdasarkan penilaian peneliti.
- C. *Quota sampling* merupakan proses pengambilan sampel yang terdiri dari dua tahap yang terbatas oleh penilaian. Tahap pertama yaitu melibatkan pembentukan kategori kontrol, atau kuota dari elemen-elemen populasi. Lalu pada tahap kedua, elemen-elemen sampel dipilih berdasarkan kemudahan atau penilaian.
- D. *Snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang diawali sekelompok responden awal dipilih dan seringkali dipilih secara acak. Setelah diwawancarai, responden diminta untuk mengidentifikasi orang lain yang juga termasuk dalam populasi sasaran yang diinginkan. Responden berikutnya kemudian dipilih berdasarkan rujukan dari responden sebelumnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dari *non-probability sampling techniques* yaitu *judgement sampling*. Hal itu dipilih oleh peneliti dikarenakan peneliti mencari responden berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan penilaian peneliti dan sesuai dengan topik penelitian. Kriteria responden yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

- 1) Generasi Z yang berdomisili di Kota Tangerang
- 2) Responden yang termasuk sebagai generasi Z
- 3) Generasi Z yang aktif dalam menggunakan media sosial

Apabila adanya responden di luar kriteria diatas, maka data tersebut tidak akan digunakan dalam penelitian ini.

### 3.4.3 *Sampling size*

Menurut (Malhotra, 2020) *sampling size* merupakan banyaknya jumlah unsur berdasarkan ukuran populasi dan variabilitas dalam sebuah penelitian. Menurut Hair et al dalam Hafidz dan Ulfa (2023) menyatakan bahwa jumlah sampel dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) setidaknya 5-10 kali dengan jumlah pertanyaan pada kuesioner, sehingga diperkirakan ukuran sampel ( $n \times 5$ ). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 21 indikator pertanyaan untuk menguji lima variabel, dan banyak sampel dalam penelitian ini minimum sebanyak  $21 \times 5$ , yaitu 105 responden

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Malhotra (2020) dalam melakukan pengumpulan data, adanya dua metode yang dapat dilakukan yaitu :

#### 1) *Survey research*

*Survey research* merupakan teknik pengumpulan data yang diawali dengan membuat pertanyaan berupa kuesioner yang nantinya diberikan kepada responden. Pertanyaan dapat mengenai tindakan, pandangan, niat, dorongan, dan lainnya, serta pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dilakukan secara lisan, tertulis, atau dengan media komputer.

#### 2) *Observation research*

*Observation research* merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap individu, objek, atau peristiwa yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *survey research* sebagai sumber pengumpulan data primer, sedangkan untuk sumber data sekunder peneliti menggunakan *website*, jurnal, dan buku. Berikut merupakan prosedur dalam melakukan pengumpulan data :

- 1) Mengumpulkan data sekunder yang diperoleh dari buku ilmiah, jurnal penelitian, dan *website* yang dijadikan sebagai data pendukung dalam penelitian.
- 2) Peneliti menggunakan jurnal utama sebagai dasar dalam pembuatan indikator pertanyaan kuesioner.
- 3) Untuk keperluan *pre-test* peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 responden secara *online* dengan menggunakan *google form*, hal tersebut bertujuan untuk menguji terhadap setiap indikator pertanyaan yang digunakan.
- 4) Melakukan pengolahan data *pre-test* dengan menggunakan SPSS versi 26 untuk melakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitas.
- 5) Peneliti melanjutkan pada tahap *main test* apabila data yang diuji sudah valid dengan menggunakan SMART-PLS 4
- 6) Untuk keperluan *main test* peneliti menyebarkan kuesioner kepada 105 responden secara *online* dengan menggunakan *google form*.
- 7) Melakukan pengolahan data *main test* dengan menggunakan SMART PLS 4 yang bertujuan untuk menguji *convergent validity*, *discriminant validity*, *reliability*, *R-squared* ( $R^2$ ), *effect size* ( $F^2$ ), dan hipotesis

### 3.6 Operasionalisasi Variabel

Penelitian yang sedang diteliti ini mengenai *entrepreneurial skill acquisition* yang dimana terdapat empat variabel, yaitu *Innovation*, *Motivation*, *Attitude*, dan *Social Media Usage*. Dalam penelitian ini terdapat variabel dependen dan independen, yang termasuk variabel dependen dalam penelitian ini yaitu variabel *Entrepreneurial Skill Acquisition*, dan variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Innovation*, *Attitude*, *Motivation*, dan *Social Media Usage*.

Menurut Sugiyono dalam Ludianah (2022) variabel penelitian dibedakan menjadi dua yaitu variabel dependen (Endogen) dan variabel independen (Eksogen). Sugiyono dalam Ludianah (2022) mengatakan bahwa variabel dependen (Endogen) merupakan sebuah variabel yang dipengaruhi, hal itu disebabkan karena adanya variabel bebas. Dan variabel independen (Eksogen)

merupakan sebuah variabel yang mampu mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen (Endogen), serta memiliki hubungan positif atau negatif terhadap variabel dependen nantinya.

Dalam penelitian ini untuk melakukan pengukuran variabel menggunakan 5 *likert scale*, dimana skala 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju dan skala 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan yang ada.

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No	Variable	Definition of Variable	Code	Measurement	Reference	Scaling Technique
1	<i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i>	<i>Entrepreneurial Skill Acquisition</i> dipandang sebagai cara seseorang dalam memperoleh keterampilan tertentu dan aktivitas yang diperlukan dalam bisnis melalui pelatihan untuk memanfaatkan peluang kewirausahaan dalam	ESA1	Saya mengumpulkan data dari pelanggan melalui platform media sosial.	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			ESA2	Saya mengumpulkan informasi mengenai kompetitor melalui media sosial.	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			ESA3	Saya mengumpulkan informasi dari <i>suppliers</i> dengan menggunakan media sosial	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			ESA4	Saya mengumpulkan informasi dari pemerintah dengan menggunakan	Othman et al (2022)	5 Scale Likert

		wirausaha. Samian & Buntat dalam Shaibu (2024)		media sosial		
2	<i>Innovation</i>	keberhasilan sosial dan ekonomi yang dihasilkan dari pengenalan cara-cara baru untuk mengubah masukan menjadi keluaran, dan oleh karena itu menyebabkan perubahan yang sangat besar dalam persepsi pelanggan ketika membandingkan nilai manfaat. Fontanna dalam Alfulailah (2020)	INN1	Saya memanfaatkan media sosial dalam upaya inovasi merek, menandai adanya kemajuan yang signifikan dibandingkan dengan teknologi sebelumnya.	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			INN2	Pemanfaatan media sosial untuk menciptakan inovasi merek telah menjadi kebiasaan yang umum.	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			INN3	Penggunaan media sosial untuk inovasi merek merupakan praktik inovasi terobosan.	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			INN4	Melalui media sosial, inovasi merek telah menghasilkan produk yang tidak dapat	Othman et al (2022)	5 Scale Likert

				digantikan oleh teknologi sebelumnya		
			INN5	Penggunaan media sosial untuk melakukan inovasi merek menandai adanya kemajuan besar dalam bidang teknologi	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
3	<i>Attitude</i>	kecenderungan yang melibatkan kognitif, afektif, dan konatif individu yang mendorong untuk menemukan, memulai, menerapkan cara yang unik dengan menggabungkan antara teknologi dan produk dengan meningkatkan	ATT1	Saya berkomitmen dalam memenuhi kebutuhan pelanggan melalui media sosial.	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			ATT2	Saya merancang strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif mengenai kebutuhan pelanggan yang diperoleh melalui media sosial.	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			ATT3	Saya mengukur kepuasan pelanggan secara sistematis menggunakan media sosial.	Othman et al (2022)	5 Scale Likert

		layanan untuk memperoleh keuntungan. Kurczewska dalam Kusumojanto et al (2021)	ATT4	Saya sering mengukur kepuasan pelanggan menggunakan media sosial	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
3	<i>Motivation</i>	Pemberian dorongan terhadap individu untuk bertindak dan mampu menyebabkan individu untuk berperilaku yang mengarah pada tujuan. Murty & Hudiwinarsih dalam Zahratulfarhah et al (2022)	MSM1	Media sosial mampu mempengaruhi saya untuk menjadi seorang wirausaha	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			MSM2	Penggunaan media sosial memudahkan saya dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan saya	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			MSM3	Media sosial membantu saya mengembangkan keterampilan profesional saya	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
			MSM4	Media sosial memungkinkan saya dalam memperoleh keterampilan kewirausahaan	Othman et al (2022)	5 Scale Likert

4	<i>Social Media Usage</i>	memanfaatkan media sosial dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat	SMU1	Dengan menggunakan media sosial saya mampu untuk memiliki kemampuan yang lebih baik untuk menciptakan ide-ide baru	Ademiluyi, L.F. (2019)	5 Scale Likert
		dalam meningkatkan keterampilan berwirausaha, yang nantinya dapat berkembang	SMU2	Pembelajaran dengan memanfaatkan media sosial dapat membantu saya dalam mengembangkan profesional yang terampil	Ibitoye & Eze (2019)	5 Scale Likert
		dalam membuka usaha sendiri yang mampu meningkatkan perekonomian.	SMU3	Saya bisa mendapatkan banyak pengetahuan dari kontak atau pelanggan di jejaring sosial.	Othman et al (2022)	5 Scale Likert
		Kuswanti dan Oktarina (2019)	SMU4	Saya menggunakan media sosial untuk menghubungi pelanggan	Othman et al (2022)	5 Scale Likert

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Pre-test

*Pre-test* merupakan tahap dalam melakukan survei yang bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap kelayakan survei agar data yang

diperoleh dapat dipakai atau diandalkan. Namun dalam *pre-test* ini, jumlah penyebaran survei tidak sebanyak *main test*. Peneliti melakukan penyebaran sebanyak 30 survei kepada responden yang termasuk dalam generasi Z dan berdomisili di Kota Tangerang dengan menggunakan *google form*.

### 3.7.2 Uji Validitas

Menurut (Malhotra, 2020) *validity* merupakan seberapa baik skor yang dihasilkan oleh skala tersebut yang mencerminkan perbedaan nyata antara objek-objek dalam hal karakteristik yang diukur. Pada penelitian ini untuk melakukan uji validitas pada setiap variabel dan indikator dengan menggunakan SPSS versi 26 dengan menguji nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), *Anti Image Correlation Matrix* dan *Factor Loading of Component Matrix*.

Tabel 3.2 Uji Pengukuran Validitas

No	Ukuran Validitas	Syarat yang dibutuhkan
1	<b><i>Kaiser Meyer Olkin (KMO)</i></b> <b><i>Measure of Sampling</i></b> pengukuran <i>sampling</i> dengan membandingkan nilai koefisien korelasi antar variabel	Jika $KMO > 0,5$ maka instrumen dikatakan valid dan analisis dapat dilanjutkan
2	<b><i>Bartlett's Test of Sphericity</i></b> mengetahui variabel yang tidak berhubungan dengan populasi	Jika $Sig. Bartlett's < 0,05$ maka instrumen dikatakan valid dan analisis dapat dilanjutkan
3	<b><i>Anti Image Correlation Matrix</i></b> mengetahui korelasi antar variabel independen	Jika <i>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i> $> 0,5$ maka dapat diprediksi dan analisis dapat dilanjutkan
4	<b><i>Factor Loading of Component Matrix</i></b> mengetahui antara korelasi variabel dengan faktor lain yang akan dibentuk	Jika <i>Component Matrix</i> $> 0.5$ maka instrumen mampu untuk melanjutkan analisis

Sumber : Hair et al (2019)

### 3.7.3 Uji Reliabilitas

Menurut (Malhotra, 2020) Reliabilitas merujuk pada seberapa konsistennya hasil yang dihasilkan oleh suatu skala ketika pengukuran dilakukan secara berulang. Menurut Sekaran dan Bougie (2020) reliabilitas merupakan evaluasi untuk mengukur sejauh mana suatu ukuran tidak menyesatkan atau bebas dari kesalahan, sehingga pengukuran tersebut tetap konsisten dari waktu ke waktu. Dalam uji reliabilitas indikator dalam penelitian dapat dikatakan valid apabila *Cronbach Alpha* harus  $\geq 0,7$  (Hair et al.,2019). Dalam uji reliabilitas, peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26.

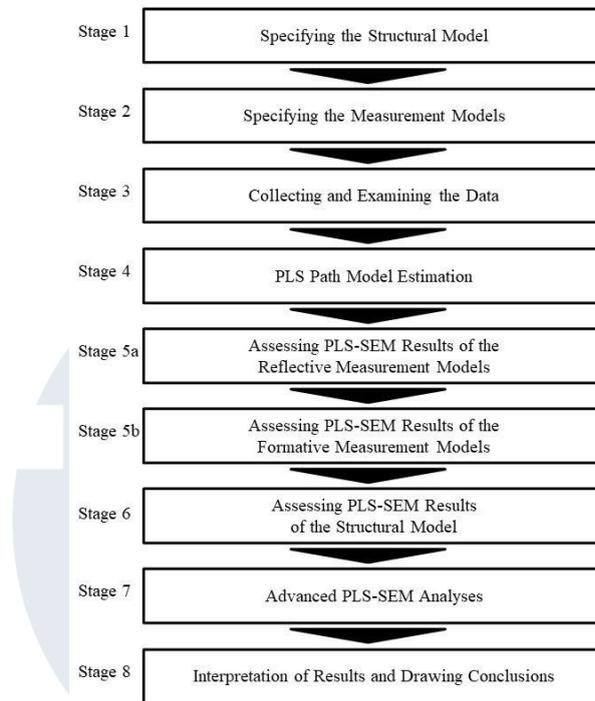
## 3.8 Analisis Data Penelitian

### 3.8.1 Analisis Data Penelitian Menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Hair et al (2021) *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan sebuah teknik yang dapat digunakan oleh peneliti untuk memodelkan dan mengestimasi keterkaitan yang kompleks di antara beberapa variabel independen dan dependen. Dan *Structural Equation Modeling* (SEM) bertujuan untuk mengukur seberapa baik model dapat mendeskripsikan data secara keseluruhan. (Wang dan Rhemtulla, 2021)

Menurut Wold (1982), Sarstedt et al (2017) dalam Purwanto dan Sudargini (2022) *Partial Least Squares* SEM (PLS-SEM) merupakan suatu pendekatan prediktif kausal dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) yang menekankan pada prediksi dalam mengestimasi model statistik, yang dibangun untuk memberikan penjelasan mengenai hubungan sebab akibat.

### 3.8.2 Tahapan prosedur PLS-SEM



Gambar 3.3 Tahapan PLS-SEM  
Sumber : Hair et al (2017)

Berdasarkan gambar tahapan SEM diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. *Specifying the Structural Model*

Dalam tahap *Specifying the Structural Model* yang paling penting ialah membuat diagram yang mencerminkan hipotesis penelitian dan mengilustrasikan hubungan antar variabel yang sedang diteliti.

2. *Specifying the Measurement Model*

Dalam tahap ini mencerminkan keterkaitan antar variabel laten, sementara model pengukuran menunjukkan keterkaitan antara variabel indikator yang relevan (*outer models*). Landasan untuk menentukan keterkaitan ini adalah teori pengukuran, yang merupakan prasyarat penting untuk

mendapatkan hasil dalam PLS-SEM. Ketika melakukan uji hipotesis yang melibatkan hubungan struktural antar variabel, validitas data hanya dapat dikonfirmasi jika dapat dijelaskan bagaimana variabel tersebut diukur.

### 3. *Collecting and Examining the Data*

Dalam tahap ini memiliki peran yang sangat penting dalam menerapkan SEM. Hal itu dikarenakan dalam penerapan SEM menegaskan bahwa data kuantitatif telah tersedia. Dalam proses pengumpulan data dapat dilakukan baik secara kuantitatif atau kualitatif, namun dalam penggunaan analisis PLS-SEM umumnya menggunakan data primer yang diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada responden yang terlibat dalam penelitian. Lalu tahap selanjutnya yaitu data yang sudah terkumpul akan diuji menggunakan perangkat lunak pengolahan data. Dalam penelitian, peneliti menggunakan aplikasi SMART PLS 4 untuk melakukan analisis data yang sudah terkumpul.

### 4. *PLS Path Model Estimation*

Dalam tahap ini perlu dalam memahami sumber data yang digunakan dalam penelitian yang diteliti. Data yang digunakan dalam pengukuran diperoleh dari tanggapan pada kuesioner yang telah disebar. PLS-SEM digunakan untuk memperkirakan komponen model yang belum diketahui sebelumnya.

### 5. A. *Assessing PLS-SEM Result of the Reflective Measurement Models*

Evaluasi model dengan menggunakan metode reflektif ini mencakup penilaian terhadap reliabilitas komposit untuk

menilai *factor loading*, *indicator reliability*, dan *average variance extract (AVE)* untuk menilai kecocokan konvergen. Selain itu, evaluasi model pengukuran reflektif juga mempertimbangkan validitas diskriminan.

#### B. *Assessing PLS-SEM Result of the Formative Measurement Models*

Dalam tahap ini peneliti harus menetapkan indikator yang akan diukur, dan indikator yang telah ditentukan sebelumnya harus dimasukkan. Identifikasi yang jelas terhadap indikator yang diukur sangat penting. Terdapat 3 langkah dalam pembentukan model pengukuran formatif, yaitu melakukan evaluasi korelasi model pengukuran formatif, dan menilai signifikansi dari masing-masing indikator.

#### 6. *Assessing PLS-SEM Result of the Structural Model*

Dalam tahap ini terdapat enam tahap dalam melakukan pengujian hasil dari *structural model*, yaitu :

- a. Tahap pertama yaitu dengan mengevaluasi *structural model* terkait dengan masalah kolinearitas. Kolinearitas dapat terjadi ketika dua variabel atau lebih saling terkait. Namun dalam konteks bisnis, kolinearitas tidak memiliki dampak yang signifikan dan tidak memerlukan perhatian yang lebih.
- b. Tahap kedua yaitu melakukan evaluasi signifikansi dan relevansi hubungan *structural model*. Evaluasi signifikansi hubungan model yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan *reflective measurement*

*models*. Yang menjadi pertimbangan utama dalam menilai signifikansi dalam *reflective measurement models* yaitu koefisien jalur (*Path coefficients*) dan nilai  $p$  (*p-values*). Tahap ini penting dikarenakan melibatkan pengujian hipotesis serta menjawab pertanyaan penelitian yang menjadi fokus penelitian.

- c. Menilai tingkat  $R^2$ , menurut Hair et al (2011) mengatakan bahwa  $R^2$  dapat mencerminkan proporsi variasi yang dijelaskan oleh setiap variabel dalam kerangka model penelitian. Jika nilai minimum  $R^2$  0.25 maka dianggap rendah, 0.5 dianggap sedang (moderat), dan 0.75 dianggap tinggi.
- d. Menilai ukuran efek  $f^2$  digunakan untuk mengukur dampak yang mungkin dapat mengevaluasi kontribusi variabel eksogen terhadap variabel dalam  $R^2$ . Jika nilai minimum  $F^2$  adalah 0.02 maka dianggap rendah, 0.15 dianggap sedang, dan 0.25 dianggap tinggi.

#### 7. *Advanced PLS-SEM Analyses*

Pada langkah ini, peneliti melakukan analisis menyeluruh terhadap data yang telah dikumpulkan dan diuji menggunakan aplikasi yang digunakan.

#### 8. *Interpretation of Results and Drawing Conclusions*

Pada langkah ini, peneliti melakukan penafsiran hasil dan menyusun kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan

### 3.8.3 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

#### 1. Uji Validitas

Tabel 3.3 Tabel Pengukuran Uji Validitas *Outer Model*

No	Jenis Validitas	Parameter	Kriteria
1	<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>Outer Loadings</i> $\geq$ 0.07 dapat dikatakan valid
		<i>Average Variance Extract (AVE)</i>	AVE $\geq$ 0.5 dapat dikatakan valid
2	<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading Factor</i>	<i>Cross Loading</i> $\geq$ 0.7 dapat dikatakan valid
		<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	Nilai <i>Construct</i> lebih baik dibandingkan dengan nilai <i>construct</i> lainnya

Sumber : Hair et al (2022)

## 2. Uji Reliabilitas

Tabel 3.4 Tabel Pengukuran Uji Reliabilitas *Outer Model*

No	Parameter	Kriteria
1	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> $\geq$ 0.7 dapat dikatakan reliabel
2	<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i> $\geq$ 0.7 dapat dikatakan reliabel
3	<i>Rho_A</i>	<i>Rho_A</i> $\geq$ 0.7 dapat dikatakan reliabel

Sumber : Hair et al (2022)

### 3.8.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tabel 3.5 Syarat Model Struktural

No	Parameter	Nilai	Kriteria
1	R-Squared ( $R^2$ )	0.67	Kuat
		0.33	Moderat
		0.19	Lemah

2	<i>Effect Size</i> (F <sup>2</sup> )	0.35	Kuat
		0.15	Moderat
		0.02	Lemah

Sumber : Hair et al (2022)

### 3.9 Uji Hipotesis

Menurut Hair et al (2019) Uji Hipotesis dapat dilakukan dengan menilai nilai T-statistik dan P-values, dimana dalam uji hipotesis ini melalui teknik *bootstrapping* untuk melakukan uji signifikansinya. Menurut Hair et al (2019) dalam proses pengujian ini membutuhkan pemenuhan beberapa kriteria tertentu agar model tersebut dapat dianggap valid.

#### 3.9.1 Uji T-Statistik

Evaluasi ini bertujuan untuk menilai hubungan antara variabel independen dalam konteks individu yang mungkin berkaitan dengan variabel dependen. nilai persyaratannya adalah T-Statistik > 1.65 (*One Tailed*)

#### 3.9.2 Uji P-Values

Uji *P-Values* merupakan uji yang menilai signifikansi pengaruh hipotesis antara variabel. Hal tersebut diukur melalui nilai *p-values* ≤ 0.05, yang dimana nilai dibawah angka tersebut menunjukkan tingkat error.