

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Tangerang Raya



Gambar 3. 1 Peta Tangerang

Sumber: abouttng.com, 2015

Tangerang Raya, yang terletak di Provinsi Banten, terdiri dari tiga wilayah otonom: Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Tangerang Selatan, dengan luas wilayah sekitar 1.500 km² dan dihuni oleh lebih dari 6,5 juta orang (Rifa'i, 2021).

Sebagai daerah buffer bagi Jakarta, ibu kota dan pusat bisnis Indonesia, Tangerang Raya langsung merasakan dampak dari peristiwa-peristiwa di Jakarta karena kedekatannya. Dengan populasi Jakarta yang besar, beberapa individu telah pindah ke area metropolitan Tangerang dalam

mencari peluang. Tangerang Raya berfungsi sebagai gerbang utama Indonesia, didukung oleh keberadaan Bandara Internasional Soekarno Hatta yang terletak di wilayah perkotaan Tangerang. Namun, hal ini tidak secara otomatis meningkatkan pariwisata di Tangerang Raya. Hampir 100% imigran dari negara lain melewati Tangerang Raya, namun sektor pariwisata, termasuk pariwisata kota, pantai, dan pertanian, masih kurang diminati.

Kawasan Industri 1.000 juga erat kaitannya dengan Tangerang, terutama dengan berbagai industri yang berlokasi di sekitar Balaraja, Chisoka, dan Chikpa. Meskipun memiliki lahan sawah yang luas, Tangerang Raya terus menerima tekanan dari industrialisasi dan ekspansi perkotaan. Sayangnya, banyak aspek strategis Tangerang Raya tidak dikelola secara profesional, menyebabkan tingginya tingkat pengangguran dan banyaknya penduduk yang hidup di bawah garis kemiskinan. Perluasan perdagangan di beberapa daerah hanya menguntungkan segelintir orang dan tidak membawa kemakmuran bagi masyarakat umum. Misalnya, pertumbuhan pesat wilayah Serpong telah mengakibatkan banyak masyarakat adat terpinggirkan, sebuah tren yang juga teramati di beberapa kabupaten lainnya (abouttng, 2015).

Di dalam Penelitian ini, responden nya adalah yang memiliki usaha pada Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang Selatan, 3 daerah ini sudah mencakup Tangerang Raya.

3.2.1 Bisnis Pemula

Pelaku bisnis merupakan pihak yang memperjualkan barang atau jasa yang tujuannya untuk memperoleh keuntungan. Menurut Merriam Webster (2015), “Bisnis merupakan kegiatan jual-beli barang atau jasa yang dilakukan antar penjual dan pembeli yang ditukarkan dengan mata

uang. Sampling units dari penelitian ini adalah pengusaha bisnis pemula dengan karakteristik:

1. usaha yang dimiliki berlokasi di Tangerang Raya
2. berbisnis kurang dari 5 tahun
3. Omset yang dimiliki masih rendah yakni kurang dari 6.000.000 perbulan.

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merujuk pada struktur kerja yang digunakan dalam menjalankan suatu proyek penelitian. Struktur ini membantu peneliti dalam mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk mengatasi masalah atau menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan (Malhotra et al., 2017).

3.2.1 Jenis Penelitian

Malhotra et al, (2017) membagi desain penelitian menjadi dua jenis, yakni penelitian eksploratif dan penelitian konklusif, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Exploratory Research

Penelitian eksploratif bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam atau wawasan tentang fenomena yang sedang diteliti dengan membantu menjelaskan situasi yang kompleks. Desain penelitian ini bersifat fleksibel dan umumnya digunakan ketika subjek sulit untuk diukur secara langsung.

2. Conlusive Research

Desain penelitian yang dimaksud adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu masalah yang dihadapi dengan menguji hubungan antar variabel dan hipotesis. Desain penelitian ini memerlukan informasi yang jelas dari fenomena yang diuji,

sehingga umumnya menggunakan metode kuantitatif dengan struktur penelitian yang terdefinisi dengan baik. 2 tipenya yaitu :

a. Descriptive Research

Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan sesuatu dengan mengumpulkan data mengenai karakteristik dan fenomena yang terjadi dalam penelitian.

b. Causal Research

Penelitian kausal bertujuan untuk membuktikan atau mencari hubungan sebab-akibat antara variabel yang diteliti. Dengan demikian, penelitian dapat menunjukkan variabel mana yang memiliki pengaruh dan menjadi penyebab fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian conclusive research karena berfokus pada hipotesis atau hubungan yang sudah ada dan ingin menggunakannya kembali pada objek penelitian yang berbeda. Selain itu, peneliti juga menggunakan tipe descriptive research untuk menjelaskan pengaruh dari Entrepreneurial Skill and Capacities, Personal Attitudes, Subjective Norms terhadap Entrepreneurial Behavior melalui Entrepreneurial Intention dengan melakukan survei. Metode survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan Google Form dan mengukur jawaban dengan menggunakan skala Likert 5 poin.

3.2.2 Tipe Metodologi Penelitian

Menurut Malhotra (2010), tipe metodologi penelitian terdiri dari dua, yakni:

1. Qualitatif Research

Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian eksploratif yang tidak terstruktur, dilakukan berdasarkan sampel kecil, dan bertujuan untuk memberikan wawasan

serta pemahaman mendalam tentang situasi atau masalah yang diteliti.

2. Quantitative Research

Penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk mengukur data secara kuantitatif, dan biasanya melibatkan penggunaan berbagai bentuk analisis statistik.

Prinsip mendasar dalam riset pemasaran adalah melihat riset kualitatif dan kuantitatif sebagai saling melengkapi, bukan bersaing. Terkadang, hasil penelitian kuantitatif juga dapat dipahami melalui penelitian kualitatif. Namun, perlu dicatat bahwa hasil dari riset kualitatif sering disalahpahami ketika digunakan secara persuasif untuk menggeneralisasi populasi yang relevan. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan metode riset kuantitatif untuk menjelaskan perubahan dalam hubungan, menguji teori, dan memperluas pemahaman tentang fenomena sosial yang diselidiki. Pendekatan metodologis ini bersifat deduktif, dimana pengetahuan umum digunakan sebagai dasar untuk menyimpulkan hal-hal yang lebih spesifik, dengan tujuan untuk mendukung atau menolak teori atau hipotesis yang ada. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui Google Forms dan kemudian menganalisis hasilnya secara numerik.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam menetapkan desain sampling, peneliti bisa mengikuti langkah-langkah dalam proses perancangan sampel, yang melibatkan 5 tahap mulai dari menetapkan populasi target hingga melakukan eksekusi terhadap sampel penelitian (Malhotra et al., 2017).

3.3.1 Populasi

Populasi merujuk pada sekelompok objek yang memiliki data atau informasi yang memiliki ciri-ciri khusus yang dapat digunakan oleh peneliti untuk membuat kesimpulan (Malhotra et al., 2017). Terdapat empat aspek dalam populasi target, yaitu:

a. Element

Malhotra et al. (2017) menyatakan bahwa elemen merupakan suatu objek yang memuat informasi yang diperlukan oleh peneliti. Dalam konteks penelitian ini, elemen merujuk kepada responden yang memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

b. Sampling Unit

Menurut Malhotra et al. (2017), unit sampling adalah objek penelitian yang memiliki karakteristik yang serupa dan akan diambil sebagai sampel penelitian. Sampling units dari penelitian ini adalah pengusaha bisnis pemula dengan karakteristik:

1. usaha yang dimiliki berlokasi di Tangerang Raya
2. memiliki bisnis kurang dari 5 tahun
3. Omset yang dimiliki masih rendah yakni kurang dari 6.000.000 perbulan.

c. Extent

Menurut Malhotra et al, (2017) extent adalah area geografis atau ruang lingkup yang menjadi fokus penelitian. Dalam konteks penelitian ini, wilayah yang menjadi batasan adalah daerah Tangerang raya.

d. Time

Menurut Malhotra et al. (2017), time adalah periode waktu yang diperlukan untuk melakukan seluruh proses penelitian, mulai dari pencarian data atau informasi hingga pengolahan data tersebut. Dalam penelitian ini, periode waktu yang dibutuhkan oleh peneliti adalah selama 5 bulan, dimulai dari bulan Januari 2024 hingga Mei 2024.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra et al. (2017), sampel merupakan sebagian atau subkelompok dari elemen populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Dalam proses penentuan sampel penelitian, terdapat dua teknik pengambilan sampel dan batasan terkait ukuran sampel.

1. Teknik Sampling

Dalam metode sampling, terdapat dua teknik utama, yaitu probability sampling dan nonprobability sampling. Probability sampling mengacu pada proses pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel yang mewakili populasi penelitian.

a. Simple Random Sampling

Teknik pengambilan sampel acak mengasumsikan bahwa setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam proses ini, setiap unsur dipilih secara bebas dan independen, tanpa dipengaruhi oleh unsur lainnya.

b. Systematic Sampling

Metode pengambilan sampel di mana populasi cenderung heterogen atau terdiri dari kelompok-kelompok yang berjenjang secara proporsional. Unsur pertama dipilih secara acak, dan kemudian unsur-unsur berikutnya dipilih secara sistematis berdasarkan pola-pola tertentu.

c. Stratified Sampling

Teknik pengambilan sampel di mana peneliti membagi populasi menjadi subkelompok yang lebih kecil, dan kemudian setiap

subkelompok dipilih secara acak menggunakan metode sampel probabilitas yang berbeda.

d. Cluster Sampling

Teknik pengambilan sampel di mana populasi dipecah menjadi kelompok-kelompok yang disebut kluster. Salah satu atau beberapa kluster kemudian dipilih secara acak sebagai sampel, sehingga semua elemen dalam kluster yang terpilih akan menjadi bagian dari sampel.

Dalam teknik non-probability sampling, tidak semua elemen memiliki peluang untuk dipilih sebagai sampel penelitian, atau dengan kata lain, setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Terdapat empat jenis dalam non-probability sampling, yaitu:

a. Convenience Sampling

Metode pengambilan sampel disesuaikan untuk memastikan kenyamanan dan kemudahan bagi peneliti, serta cenderung tidak memakan banyak waktu atau biaya. Pemilihan sampel oleh peneliti seringkali didasarkan pada kondisi waktu dan lokasi yang spesifik.

b. Judgemental Sampling

Metode ini adalah bentuk sampling yang disederhanakan di mana anggota populasi dipilih oleh peneliti berdasarkan kriteria atau keyakinan bahwa mereka dapat mewakili populasi secara tepat.

c. Quota Sampling

Pendekatan sampling ini melibatkan dua tahap utama. Tahap awal melibatkan penentuan kuota atau batasan yang sesuai dengan kebutuhan peneliti, diikuti oleh seleksi sampel berdasarkan pertimbangan kenyamanan atau preferensi (baik itu berdasarkan penilaian atau kemudahan).

d. Snowball Sampling

Metode pengambilan sampel ini melibatkan penggunaan referensi dari responden yang memiliki karakteristik yang relevan dengan penelitian. Proses pengambilan sampel dimulai dengan peneliti memilih sejumlah individu yang dianggap mewakili karakteristik populasi, dan kemudian meminta individu-individu tersebut untuk merekomendasikan orang lain yang memiliki karakteristik serupa.

Dalam metodologi ini, peneliti mengadopsi pendekatan non-probability sampling, khususnya menggunakan judgemental sampling, di mana mereka secara subjektif memilih sejumlah individu yang dianggap mewakili karakteristik populasi. Setelah itu, individu-individu yang dipilih diminta untuk merekomendasikan orang lain yang memiliki karakteristik serupa.

2. Sample Size

Ukuran sampel merujuk pada jumlah individu, subjek, atau elemen yang diambil dari populasi untuk dijadikan sampel (Hardani et al., 2020). Menurut Hair et al. (2014), jumlah sampel minimal seharusnya setara dengan lima kali jumlah indikator yang diteliti dan tidak boleh kurang dari 50 observasi. Dalam konteks penelitian ini, terdapat 34 Indikator, sehingga jumlah minimal sampel yang diperlukan adalah 170 responden.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Di dalam metode pengumpulan data, didapati dua sumber data yang diperoleh, yakni :

1. Data Primer

Malhotra et al. (2017) menjelaskan bahwa data primer adalah informasi atau data yang diperoleh langsung oleh peneliti untuk keperluan penelitian. Data primer dapat diperoleh melalui berbagai metode seperti

survei, wawancara, observasi lapangan, dan lainnya, sesuai dengan kebutuhan penelitian.

2. Data Sekunder

Berdasarkan Malhotra et al. (2017), data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan diberikan kepada peneliti secara tidak langsung. Sumber data sekunder dapat mencakup artikel jurnal sebelumnya, data statistik, artikel berita, dan literatur lainnya.

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan oleh peneliti mencakup data primer dan data sekunder. Peneliti melakukan survei dengan menggunakan kuesioner online melalui Google Form untuk mendapatkan data primer, yang berisi serangkaian pertanyaan dan pernyataan terstruktur kepada bisnis pemula yang berada di Tangerang Raya. Selain itu, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari jawaban responden, peneliti juga melakukan wawancara yang mendalam dengan beberapa responden. Selain data primer, peneliti juga mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber di internet, seperti jurnal ilmiah, artikel berita, data statistik, dan buku teori, untuk mendukung penelitian tersebut.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, ada lima variabel yang akan diselidiki, yaitu Entrepreneurial Skill and Capacities (X1), Personal Attitudes (X2), Subjective Norms (X3), Entrepreneurial Intention (X4), dan Entrepreneurial Behavior (Y). Penentuan indikator variabel ini mengacu pada jurnal utama (C. Gieure, et al, 2019). yang disusun berdasarkan pada definisi operasional masing-masing variabel. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan 5 poin, di mana angka 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju, sementara angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap pernyataan yang disajikan oleh peneliti.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian

Sumber : Olahan Penulis, 2024

No	Variabel	Definisi Variabel	Pertanyaan Pengukuran	Jurnal referensi	Teknik pengukuran
1	Entrepreneurial Behavior	Sebuah rangkaian langkah yang dilakukan oleh individu untuk memulai, mengembangkan, dan menjaga bisnis atau organisasi baru.	1. Saya memiliki pengalaman dalam memulai proyek atau bisnis baru	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			2. Saya tahu bagaimana mengembangkan bisnis	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			3. Saya tahu cara memulai bisnis baru	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			4. Saya tahu bagaimana melakukan riset pasar	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			5. Saya sudah melakukan investasi secara informal dalam beberapa bisnis	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			6. Saya bisa menyimpan uang untuk diinvestasikan dalam sebuah bisnis saya	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			7. Saya memiliki	C.	Likert 1 -5

			jaringan sosial yang dapat mempromosikan bisnis saya	Gieure, et al.(2019)	
2	Entrepreneurial Skill and capacities	Merujuk pada kemampuan dan kapasitas individu dalam mengoperasikan aktivitas kewirausahaan, termasuk kemampuan dalam mengelola risiko, bersikap kreatif dan inovatif, memiliki kepemimpinan yang efektif, serta kemampuan dalam perencanaan, organisasi, dan pengembangan bisnis baru.	1. Saya terampil dalam mengenali peluang bisnis	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			2. Kreativitas saya sangat mendukung dalam bisnis	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			3. Saya memiliki kemampuan untuk menyelesaikan masalah dengan baik	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			4. kepemimpinan dan keterampilan komunikasi saya sangat kuat	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			5. Saya mampu mengembangkan produk dan layanan baru	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			6. Saya pandai dalam membangun jaringan profesional	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			7. dalam keluarga saya memiliki tradisi untuk menciptakan bisnis baru	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5

			8. bagi saya menciptakan bisnis sendiri adalah bentuk pencapaian pribadi pemenuhan impian	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			9. saya memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			10. kapasitas saya untuk mengambil risiko meningkat seiring dengan pengalaman dan pelatihan yang saya dapatkan	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			11. Saya menikmati kemandirian sebagai atasan bagi diri sendiri	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			12. Saya memiliki sikap yang tangguh dan tidak terpengaruh oleh ketakutan akan kegagalan	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
3	Personal Attitudes	Merujuk kepada pandangan, keyakinan, dan prinsip-prinsip pribadi individu terhadap	1. Memulai sebuah perusahaan dan menjaga agar tetap berkelanjutan akan mudah bagi saya	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			2. Saya percaya bahwa saya benar-benar tidak	C. Gieure,	Likert 1 -5

		kewirausahaan.	akan mampu untuk memulai sebuah bisnis	et al.(2019)	
			3. Jika saya mencoba untuk memulai sebuah bisnis, saya akan memiliki peluang yang tinggi untuk sukses	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			4. Menjadi seorang pengusaha akan memberi saya kepuasan yang besar	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			5. Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang pengusaha	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			6. Menjadi seorang pengusaha memiliki lebih banyak keuntungan daripada kerugiannya menurut saya	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			7. Seberapa sering Anda merasa bahwa ketakutan akan kegagalan tidak menghalangi Anda untuk mengambil langkah-langkah awal dalam memulai bisnis	Berdasarkan Fenomena yang terjadi	Likert 1 -5
4	Subjective Norms	persepsi individu mengenai harapan,	1. Keluarga inti saya akan menyetujui keputusan saya untuk	C. Gieure, et	Likert 1 -5

		pandangan, dan norma-norma yang dianggap berlaku dalam lingkungan sosial mereka terkait dengan tindakan tertentu, seperti memulai atau terlibat dalam kewirausahaan. Ini mencakup bagaimana individu menilai tingkat dukungan atau persetujuan dari orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, terhadap keputusan mereka untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. pribadi individu terhadap kewirausahaan.	memulai sebuah bisnis	al.(2019)	
			2. Teman-teman saya akan menyetujui keputusan saya untuk memulai sebuah bisnis	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			3. Rekan-rekan kerja saya akan menyetujui keputusan saya untuk memulai sebuah bisnis	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
5	Entrepreneurial Intention	Keinginan atau niat individu untuk terlibat	1. Saya siap melakukan apapun untuk menjadi seorang pengusaha	C. Gieure, et	Likert 1 -5

		dalam aktivitas kewirausahaan, termasuk memulai atau mengembangkan bisnis baru, atau menjadi seorang pengusaha.		al.(2019)	
			2. Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan bisnis saya sendiri	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			3. Jika saya memiliki kesempatan dan sumber daya, saya akan senang untuk memulai sebuah bisnis	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			4. Saya bertekad untuk menciptakan usaha bisnis di masa depan	C. Gieure, et al.(2019)	Likert 1 -5
			5. Saya percaya bahwa jika memiliki niat usaha yang tinggi maka saya dapat mengatasi semua permasalahan pada bisnis saya.	Berdasarkan fenomena yang terjadi	Likert 1 -5

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Menurut Malhotra dan Burgess (2020), uji validitas merupakan proses evaluasi yang bertujuan untuk menilai tingkat ketepatan elemen-elemen dalam menggambarkan kriteria terkait suatu fenomena yang sedang diselidiki. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan aplikasi SmartPLS 4 untuk menganalisis

data dan menguji validitas indikator yang digunakan. Kriteria-kriteria yang diuji dalam validitas adalah:

Tabel 3. 2 Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai Wajib
1.	Factor Loadings, Matrix Component	Factor loadings merupakan sebuah perwakilan dari hubungan variabel asli dan faktor turunan (Hair et al., 2019).	Dinyatakan valid, jika nilai >0.7
			Dinyatakan tidak valid, jika nilai <0.7
2.	Indikator reliabilitas	Indikator ini merupakan hasil kuadrat dari matriks faktor loading, yang menggambarkan seberapa banyak variasi yang dijelaskan oleh setiap indikator (Hair dkk., 2017).	Dinyatakan sudah tepat, jika nilai >0.5 .
			Dinyatakan mungkin belum tepat, jika nilai >0.5 .
3.	AVE (Average Variance Extracted)	AVE adalah sebuah metode pengukuran	Nilai 1 menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat

		yang digunakan dalam menilai validitas konvergen pada tingkat konstruk (Hair et al., 2022).	diprediksi tanpa adanya pengaruh dari variabel lain.
			Nilai >0.5 menunjukkan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan memerlukan analisis lebih lanjut.
			Nilai <0.5 menunjukkan bahwa variabel tidak dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi skala melalui pengujian Cronbach's Alpha & Composite Reliability. Cronbach's Alpha mengukur reliabilitas internal dengan asumsi kesamaan item yang digunakan. Nilai Cronbach's Alpha <0.6 dianggap tidak dapat diterima, sedangkan >0.6 dapat diterima. Composite Reliability diuji dengan hipotesis bahwa setiap indikator perlu memiliki nilai yang serupa dengan reliabilitas individual item, untuk memastikan konsistensi nilai yang dihasilkan pada setiap item.

3.5.2 Analisis Data Penelitian

SEM, yang merupakan singkatan dari *structural equation model*, adalah metode multivariat yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara serangkaian konsep atau konstruksi yang diinterpretasikan dari beberapa variabel yang terlibat dalam pengukuran (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). peneliti memutuskan untuk menerapkan model PLS (Partial Least Squares) untuk menganalisis data, yang merupakan teknik yang digunakan dalam SEM (Structural Equation Model).

1. Tahapan PLS-SEM

PLS-SEM biasanya terdiri dari dua sub-model, yaitu model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran adalah model yang menunjukkan variabel yang diamati yang mewakili variabel laten yang ingin diukur, sementara model struktural adalah model yang menggambarkan estimasi hubungan antara variabel laten atau konstruk. (Ghozali & Latan, 2015).

Ada minimal lima langkah dalam melakukan analisis dengan menggunakan PLS-SEM, dimana setiap langkah memiliki dampak pada langkah berikutnya seperti yang dijelaskan oleh Ghozali & Latan (2015):

- 1) Mengkonseptualisasikan model
- 2) Memilih metode analisis algoritma
- 3) Menentukan metode resampling
- 4) Membuat diagram jalur
- 5) Melakukan evaluasi terhadap model

Outer model adalah penting untuk menentukan cara mengukur variabel laten (konstruk). Ada dua pendekatan umum yang digunakan untuk mengukur variabel, yaitu pengukuran formatif dan reflektif. Dalam gambar di atas, terlihat bahwa pengukuran formatif ditunjukkan oleh Y1 dan Y2, di mana X1 hingga X6 bertindak sebagai indikator yang mengarah ke variabel konstruk, menunjukkan hubungan sebab-akibat atau prediktif. Sebaliknya, Y3 adalah pengukuran reflektif di mana panah dari variabel konstruk menuju ke indikatornya, menunjukkan asumsi bahwa konstruk menjadi penyebab dari pengukuran indikatornya (Hair, Hult, Ringle, &

Sarstedt, 2017). Inner model digunakan untuk menunjukkan bagaimana variabel laten saling terkait satu sama lain. Ini dapat diinterpretasikan sebagai konstruksi yang ada antara satu variabel dengan variabel lainnya dalam model struktural (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

2. Kecocokan Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tabel 3. 3 Rule of Thumb Measurement Model

Sumber: Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017.

	Parameter	Rule of Thumb
Validitas Convergent	<i>Outer Loadings</i>	<i>Outer Loadings</i> $\geq 0,7$
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<i>AVE</i> $\geq 0,5$
Validitas Discriminant	<i>Cross Loading Factor</i>	<i>Cross Loading</i> $\geq 0,7$
	<i>Fornell-Lecker Criterion</i>	$\sqrt{AVE} > \text{Korelasi antar konstruk laten}$
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> $> 0,6$

3. Kecocokan Model Struktural (*Inner Model*)

Tabel 3. 4 Rule of Thumb Structural Model

Sumber: (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-Square</i>	67,0.33, dan 0.19 mengindikasikan tingkat kekuatan, moderat, dan kelemahan nilai (R^2).
<i>Effect Size F^2</i>	0.02, 0.15 dan 0.35 menunjukkan kecil, menengah dan besar
<i>Q² predictive relevance</i>	<ul style="list-style-type: none"> $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai predictive relevance

	<ul style="list-style-type: none"> • $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance 0.02, 0.15 dan 0.35 menunjukkan bahwa lemah, moderate dan kuat
Signifikansi (<i>twotailed</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • t-value 1.65(significance level = 10%) • t-value 1.96 (significance level = 5%) • t-value 2.58 (significance level = 1%)

3.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini bermanfaat untuk membantu peneliti menilai seberapa besar pengaruh antar variabel. Proses pengujian hipotesis juga membantu peneliti dalam menentukan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Syarat agar sebuah hipotesis dapat diterima dalam penelitian ini adalah jika nilai P-value < 0.05 dan nilai T-statistic > 1.65 untuk uji satu sisi (single-tailed) serta > 1.96 untuk uji dua sisi (two-tailed) (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA