

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Restoran Pempek Kota Garut, Jawa Barat. Pemilihan produk ini didasari oleh popularitas pempek sebagai makanan khas kota Palembang, dan makanan ini dikenal luas di Indonesia, termasuk Kota Garut yang memiliki potensi pasar yang besar bagi industri kuliner. Dengan jumlah penduduk 2,6 juta jiwa dan jumlah wisatawan domestik dan internasional yang besar, restoran pempek seperti Pempek DJ, Pempek F1 Palembang, dan Pempek Veteran menjadi fokus penelitian. Meskipun ketiga restoran ini memiliki karakteristik unik dalam penyajian, cita rasa, dan strategi bisnis, namun mereka menghadapi tantangan serupa dalam memenuhi harapan pelanggan dalam hal kualitas layanan, makanan, dan harga. Berikut merupakan profil dari masing-masing restoran Pempek yang ada di Kota Garut:

- **Pempek DJ**



Gambar 3. 1 Logo Pempek DJ Garut

Sumber: Data Peneliti

Pempek DJ merupakan salah satu restoran pempek yang ada di Kota Garut, berdiri sejak tahun 2006 yang didirikan oleh bapak Harry beserta dengan bantuan istrinya, Angela yang memiliki darah asli Palembang. Pempek DJ dikenal dengan cita rasa yang autentik yang menyerupai cita rasa asli Palembang. Pempek DJ pada mulanya memiliki 5 cabang yang berada di daerah Garut, Bandung, dan Tasik. Namun, akhirnya Pempek DJ harus mengurangi biaya-biaya operasional. Sekarang

cabang Pempek DJ tersebut sekarang hanya ada 2 cabang saja yang berada di Kota Garut.



**Gambar 3. 2 Outlet Pempek DJ Garut**

Sumber: Google.com

Pempek DJ sendiri menjual berbagai macam masakan Palembang dan juga menu utamanya yaitu Pempek. Salah satu kelebihan dari restoran Pempek DJ ini yaitu banyak menu yang beragam, mulai dari Pempek Kapal Selam yang digemari oleh banyak orang hingga menu paket hemat yang ditawarkan oleh restoran Pempek DJ. Untuk range harga yang ditawarkan dari Pempek DJ ini mulai dari Rp.5.000 – Rp.28.000.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 3 Menu Pempek DJ Garut

Sumber: Google.com dan Data Peneliti

Selain makanan, Pempek DJ juga menjual minuman khas Palembang yaitu Es Kacang Merah. Minuman ini dijual dengan harga Rp.12.000. Bahan yang digunakan untuk Es Kacang Merah ini yaitu, es serut, gula merah, susu coklat, susu kental manis, dan kacang merah. Lalu ada juga menu makanan khas Palembang lainnya seperti Pempek Panggang, Otak – otak, Mie Celor, Laksan, dll.

UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

- **Pempek F1 Palembang**



**Gambar 3. 4 Logo Pempek F1 Palembang**

Sumber: Google.com

Pempek F1 Palembang merupakan salah satu restoran Pempek di Kota Garut yang masih tergolong baru, karena Pempek F1 berdiri sejak tahun 2020. Pempek F1 juga menggunakan bahan baku ikan tenggiri untuk menjaga cita rasa khas pempek. Pempek F1 juga memiliki ciri khas yaitu cuko nya yang sangat mirip dengan cuko yang ada di Palembang.



**Gambar 3. 5 Outlet Pempek F1 Palembang**

Sumber: Google.com

Pempek F1 Palembang menjual berbagai macam masakan Palembang dan juga menu utamanya yaitu Pempek. Salah satu kelebihan dari restoran Pempek F1 Palembang ini yaitu memiliki cita rasa khas yang sangat menyerupai Pempek Palembang, mulai dari Pempek Kapal Selam dicampur cuko yang digemari oleh banyak orang, hingga menu Tekwan yang ditawarkan oleh restoran Pempek F1

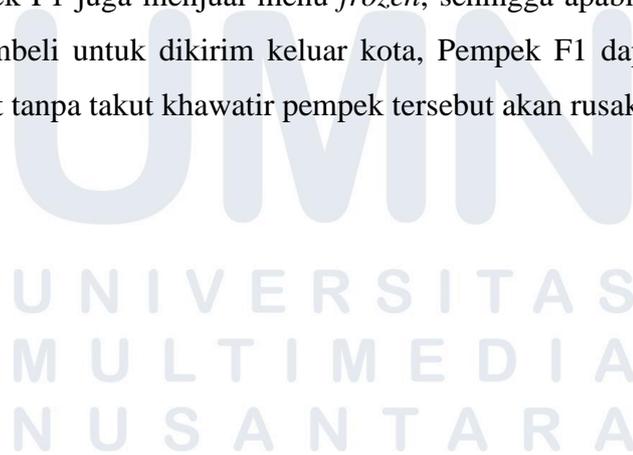
Palembang. Untuk range harga yang ditawarkan dari Pempek DJ ini mulai dari Rp.5.000 untuk minumannya dan Rp.23.000 untuk makanannya.

Gambar 3. 6 Menu Pempek F1 Palembang



Sumber: Google.com

Selain menjual makanan dan minuman yang dapat disajikan secara langsung, Restoran Pempek F1 juga menjual menu *frozen*, sehingga apabila ada konsumen yang ingin membeli untuk dikirim keluar kota, Pempek F1 dapat mengirimkan pempek tersebut tanpa takut khawatir pempek tersebut akan rusak.



- **Pempek Veteran**



**Gambar 3. 7 Logo Pempek Veteran**

Sumber: Google.com

Pempek Veteran merupakan salah satu restoran pempek yang tertua di Kota Garut. Pempek Veteran memiliki harga yang cukup terjangkau, selain memiliki pangsa pasar yang sudah cukup luas karena sudah berdiri cukup lama. Pempek Veteran juga cukup strategis, karena berada di pusat kota Garut, sehingga membuatnya mudah untuk diakses oleh warga lokal maupun pengunjung luar kota.



**Gambar 3. 8 Outlet Pempek Veteran**

Sumber: Google.com

Pempek Veteran hanya menjual pempek saja, karena hanya menjual ciri khas dari Pempek Veteran itu sendiri, dengan harga yang cukup terjangkau, yaitu mulai dari harga Rp.3000 saja untuk 1 pempek jenis kecilnya.

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

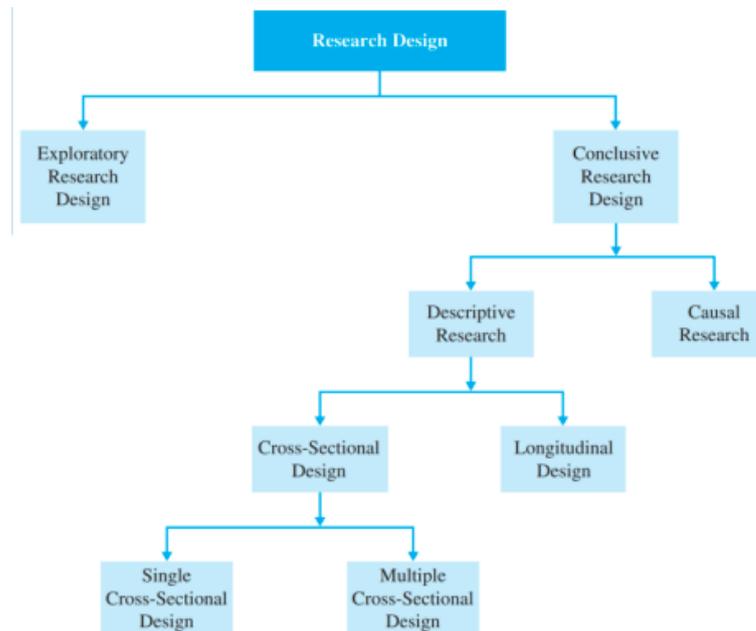
Pendekatan penelitian adalah keseluruhan metode atau kegiatan penelitian, mulai dari perumusan masalah hingga kesimpulan. Pendekatan penelitian ada dua jenis, yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif merupakan informasi atau data yang disajikan berupa pernyataan. Sedangkan kuantitatif merupakan informasi atau data yang disajikan berupa angka. Dengan begitu pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2020, p. 16), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dimana populasi atau sampel tertentu disurvei, data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **3.2 Desain Penelitian**

Desain penelitian dapat digambarkan sebagai rangkaian tugas, atau *blueprint* yang dapat digunakan untuk melakukan riset pasar yang diperlukan untuk memperoleh tahapan yang lebih jelas mengenai informasi dan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang sedang diselidiki (Malhotra, 2020).



### 3.2.1 Jenis Penelitian



**Gambar 3. 9** Klasifikasi Desain Penelitian

Sumber: Malhotra (2020)

Desain penelitian dibagi menjadi dua jenis, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design* (Malhotra, 2020):

#### ***Exploratory Research Design***

Jenis penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dengan menganalisis suatu permasalahan, dan menggali wawasan juga pemahaman terkait isu yang dihadapi oleh peneliti. Desain penelitian ini digunakan ketika peneliti memerlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang definisi masalah, tindakan yang sesuai, atau eksplorasi wawasan tambahan sebelum melakukan peneliti lebih lanjut. Data utama yang digunakan dalam desain penelitian ini bersifat kualitatif, dan hasil studi eksploratif bersifat tentatif dan menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya (Malhotra, 2020).

#### ***Conclusive Research Design***

*Conclusive Research Design*, adalah suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan menguji hubungan (melakukan pengukuran atau

perhitungan). Hal ini mengasumsikan bahwa informasi yang dibutuhkan didefinisikan dengan jelas. *Conclusive design* biasanya lebih formal dan terstruktur dibandingkan penelitian eksplorasi. Hal ini didasarkan pada sampel yang besar dan representatif, dan data yang diperoleh dilakukan pada analisis kuantitatif.

Terdapat dua jenis dalam desain penelitian *conclusive*, yaitu *causal* dan *descriptive* (Malhotra, 2020):

### ***Causal Research***

*Causal Research*, digunakan untuk memperoleh bukti adanya hubungan sebab akibat (kausal). Seperti halnya penelitian deskriptif, *causal research* memerlukan desain yang terencana dan terstruktur. Metode utama pada penelitian kausal adalah melakukan eksperimen. Penelitian kausal cocok untuk tujuan berikut:

- Memahami variabel mana yang menjadi penyebab (variabel bebas) dan variabel mana yang menjadi akibat (variabel terikat) dari fenomena pemasaran.
- Menentukan sifat hubungan antara variabel sebab dan akibat yang diprediksi.
- Untuk menguji hipotesis.

### ***Descriptive Research***

*Descriptive research* adalah untuk mendeskripsikan sesuatu, biasanya berkaitan dengan karakteristik atau fungsi pasar. Penelitian deskriptif ditandai dengan perumusan pertanyaan penelitian dan hipotesis spesifik sebelumnya. Hal ini biasanya didasarkan pada besar sampel yang representatif.

*Descriptive research* dibagi menjadi 2 jenis penelitian, yaitu *cross-sectional* dan *longitudinal design* (Malhotra, 2020).

***Longitudinal Design*** merupakan jenis desain penelitian yang mengumpulkan informasi dan dilakukan berulang kali terhadap sampel tertentu. Sampel untuk desain penelitian ini tetap sama dan diharapkan dapat memberikan

gambaran yang jelas tentang kondisi dan perubahan yang terjadi seiring berjalannya waktu (Malhotra, 2020).

*Cross-sectional* adalah desain penelitian yang mengumpulkan informasi dari sampel populasi dalam satu waktu tertentu. Desain ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu *single cross-sectional* dan *multiple cross-sectional*.

*Single cross-sectional* merupakan desain yang mengumpulkan data responden berdasarkan suatu populasi dan memperoleh informasi dari sampel hanya satu kali saja (Malhotra, 2020).

*Multiple cross-sectional* merupakan desain yang data respondennya diperoleh dari dua responden atau lebih dan informasi diperoleh dari sampel hanya satu kali (Malhotra, 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Conclusive Research Design* untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel seperti *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention*. Peneliti juga menerapkan *Descriptive Research Design* karena penelitian ini menggunakan responden yang memiliki karakteristik yang relevan terhadap Restoran Pempek di Kota Garut. Dalam desain *Cross-sectional*, peneliti menggunakan *single cross-sectional*, karena penelitian ini hanya memerlukan pengumpulan sampel sekali saja dari satu populasi responden yang dapat mewakili responden yang sesuai dengan penelitian pada pelanggan Restoran Pempek di Kota Garut. Dalam penelitian yang penulis lakukan yaitu dengan cara survei kuesioner untuk mengumpulkan data responden sesuai dengan batasan yang ditetapkan dalam penelitian ini. Penulis menggunakan cara ini karena cara ini wajib memakai pertanyaan terstruktur. Kuesioner ini penulis buat dan sebarkan pada responden guna memenuhi informasi yang penulis perlukan. Pernyataan yang masih ada pada kuesioner ini diukur menggunakan skala Likert 1 hingga 5, dengan arti 1 sangat tidak setuju dan 5 sangat setuju. Penelitian ini menggunakan skala likert 1 hingga 5 karena responden dianggap memiliki pengalaman dan pengetahuan yang memadai

tentang objek penelitian serta untuk menghindari kebingungan mengenai pernyataan yang diberikan.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah kumpulan elemen yang memiliki atau memenuhi karakteristik yang dicari peneliti sehingga dapat mengambil kesimpulan (Malhotra, 2020). Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan di salah satu Restoran Pempek di Kota Garut.

#### **3.3.2 Sampel Unit**

Sampel unit adalah basis unit yang mencakup berbagai elemen dari populasi yang akan dijadikan sampel (Malhotra, 2020). Sampel pada penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan minimal usia 18 tahun, yang sudah memiliki pengalaman makan ditempat minimal sebanyak 2 kali, dan telah melakukan transaksi dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

#### **3.3.3 Ukuran Sampel**

Ukuran sampel adalah jumlah item yang digunakan dalam suatu penelitian (Malhotra, 2020). Sebaiknya ukuran sampel cukup besar, agar indikator dapat terwakili dengan baik dalam populasi. Seluruh indikator dalam survei dikalikan dengan menggunakan rumus  $n \times 5$ . Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan total 21 indikator. Jika menghitung menggunakan rumus ini, maka minimal jumlah sampel yang dibutuhkan adalah  $21 \times 5$ , sehingga minimal membutuhkan 105 responden (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010, p. 758).

### **3.4 Teknik Sampel**

#### **3.4.1 Teknik *Probability Sampling***

*Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Malhotra, 2020). *Probability sampling* dibagi menjadi empat teknik, yaitu:

- ***Simple Random Sampling***

*Simple random sampling* adalah metode pemilihan sampel di mana setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih.

Sampel ini diambil secara acak berdasarkan kerangka sampel yang tersedia (Malhotra, 2020).

- ***Systematic Sampling***

*Systematic Sampling* merupakan metode pengambilan sampel dengan memilih titik awal secara acak, lalu memilih setiap elemen ke-n secara berurutan dari kerangka sampel (Malhotra, 2020).

- ***Stratified Sampling***

*Stratified sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan membagi populasi menjadi subpopulasi atau strata, lalu memilih elemen secara acak dari setiap strata (Malhotra, 2020)

- ***Cluster Sampling***

*Cluster sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan membagi target audiens menjadi beberapa kelompok, kemudian secara acak memilih seluruh elemen dari kelompok tertentu (Malhotra, 2020).

### **3.4.1 Teknik Non-Probability Sampling**

*Non-Probability Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan kemudahan atau penilaian subyektif dari peneliti (Malhotra, 2020). Teknik ini terbagi menjadi empat jenis, yaitu:

- ***Convenience Sampling***

Metode pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kemudahan dan kenyamanan, serta berada di waktu dan tempat yang sesuai

- ***Judgemental Sampling***

Teknik ini menggunakan penilaian dan pertimbangan subyektif peneliti sebagai dasar dalam memilih sampel (Malhotra, 2020).

- ***Quota Sampling***

Teknik ini memiliki dua tahapan. Tahap pertama adalah menetapkan kuota untuk Sebagian populasi, dan tahap kedua adalah memilih elemen sampel berdasarkan penilaian atau pertimbangan peneliti (Malhotra, 2020).

- ***Snowball Sampling***

Metode pengabilan sampel di mana sekelompok responden awal dipilih secara acak, lalu responden berikutnya ditentukan berdasarkan referensi atau rekomendasi dari responden sebelumnya. Teknik ini cocok digunakan untuk populasi yang sulit diakses atau tersembunyi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *non-probability sampling* yang artinya tidak memiliki *sampling frame*, *Sampling frame* adalah batasan pengguna atau batasan responden. Restoran Pempek di Kota Garut tidak memiliki *sampling frame* karena .

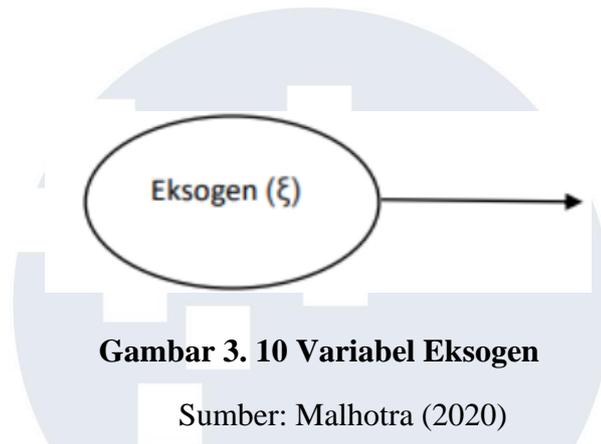
### **3.5 Prosedur Penelitian**

- Peneliti mengumpulkan berbagai data pendukung yang dibutuhkan dari sumber-sumber terpercaya di internet.
- Peneliti mengumpulkan jurnal dan literatur yang relevan untuk dijadikan referensi dalam penelitian ini.
- Peneliti merancang kuesioner sebagai instrument untuk pengumpulan data
- Peneliti melakukan distribusi dan pengujian data pretest dengan melibatkan 30 responden
- Sebelum menyebarkan kuesioner kepada lebih banyak responden, data pretest diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan software SPSS versi 30 sebagai langkah awal (main test)
- Setelah data pretest dinyatakan valid dan reliabel, peneliti mendistribusikan kuesioner secara luas untuk memperoleh minimal 105 responden yang akan dijadikan data primer.  
Link Kuesioner: <https://forms.gle/x9dcsR1aSjna5fJD6>
- Peneliti kemudian melakukan serangkaian pengujian, termasuk data validitas, reliabilitas, uji model, dan uji hipotesis, terhadap data primer yang diperoleh dari distribusi kuesioner main test sebelumnya.

### **3.6 Identifikasi Variabel Penelitian**

#### **3.6.1 Variabel Eksogen**

Variabel eksogen adalah variabel yang berada di luar model dan tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain, tidak memiliki panah yang mengarah padanya, dan dikenal sebagai variabel X (Malhotra, 2020). Dalam penelitian ini, variabel eksogen yang digunakan meliputi *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Perceived Value*.

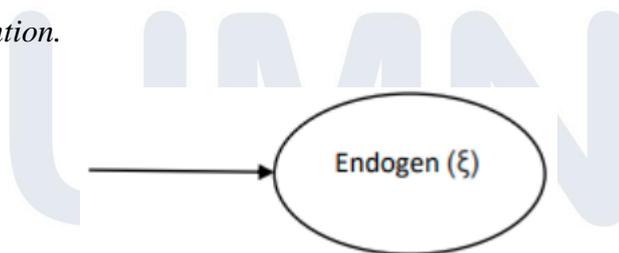


**Gambar 3. 10 Variabel Eksogen**

Sumber: Malhotra (2020)

### 3.6.2 Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel laten yang memiliki satu atau lebih panah yang mengarah padanya, dan dikenal sebagai variabel Y (Malhotra, 2020). Dalam penelitian ini, variabel endogen yang digunakan adalah *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention*.



**Gambar 3. 11 Variabel Endogen**

Sumber: (Malhotra, 2020)

### 3.6.3 Variabel Teramati (*Observed Variable*)

Variabel teramati adalah variabel yang dapat diukur secara langsung dan mengilustrasikan setiap variabel dalam model penelitian. Variabel ini juga dikenal sebagai *measurement variabel*, manifest variable, indikator, atau item dari sebuah variabel (Malhotra, 2020). Dalam hal ini, terdapat 21 indikator yang mempresentasikan keseluruhan variabel yang digunakan.

### 3.7 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Kode Indikator	Indikator Jurnal Utama	Indikator	Skala
1.	Service Quality	Service quality adalah sejauh mana perbedaan persepsi di antara konsumen serta harapan terhadap kualitas layanan yang diperoleh. (Modifikasi pada Parasuraman, et al; 1988)	SQ 1	<i>Staff friendliness</i>	Melayani Keluhan	Skala Likert 1-5
			SQ 2	<i>Trustfulness of the staff</i>	Membantu dan Dipercaya	
			SQ 3	<i>Trained and knowledgeable staff</i>	Pengetahuan Produk	
			SQ 4	<i>Reasonable wait time</i>	Waktu Tunggu Tempat Duduk	
			SQ 5	<i>Fast service</i>	Waktu Tunggu Pesanan	
			SQ 6	<i>Staff being professional during busy times</i>	Menanggapi Permintaan	
2.	Food Quality	Kualitas makanan adalah indikasi mutu bahan	FQ 1	<i>Freshness of ingredients</i>	<i>Freshness</i> (Kesegaran)	Skala Likert 1-5
			FQ 2	<i>Food being tasty</i>	<i>Presentatio</i> n (Makanan	

No	Variabel	Definisi	Kode Indikator	Indikator Jurnal Utama	Indikator	Skala
		dan makanan yang disajikan oleh restoran cepat saji	FQ 3	<i>Food being nutritious</i>	yang disajikan) <i>Well Cooked</i> (Aman untuk dikonsumsi)	
		yang meliputi kebersihan, kesegaran, dan perusahaan makanan serta variasi makanan. (Johns dan Howards dalam Namin, 2017)	FQ 4	<i>Variety of food options on the menu</i>	<i>Variety of Food</i> (Variasi dan Jenis makanan)	
3.	Perceived Value	<i>Perceived Value</i> adalah evaluasi keseluruhan dari konsumen	PV 1	<i>Food price</i>	Harga Makanan	Skala Likert 1-5
			PV 2	<i>Beverages price</i>	Harga Minuman	
			PV 3	<i>Meal size</i>	Ukuran Makanan	

No	Variabel	Definisi	Kode Indikator	Indikator Jurnal Utama	Indikator	Skala
		terhadap nilai suatu produk, yang didasarkan pada persepsi mengenai apa yang diterima dibandingkan dengan apa yang diberikan (Zeithaml, 1998)				
4.	Customer Satisfaction	Kepuasan pelanggan adalah perasaan bahagia atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil)	CS 1	<i>I am satisfied with service quality at this fastfood restaurant.</i>	Kepuasan kualitas layanan	Skala Likert 1-5
CS 2			<i>I am satisfied with food quality at this fastfood restaurant.</i>	Kepuasan kualitas makanan		
CS 3			<i>I am satisfied with food</i>	Kepuasan terhadap		

No	Variabel	Definisi	Kode Indikator	Indikator Jurnal Utama	Indikator	Skala
		produk yang diterima dengan kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler & Keller, 2007)		<i>prices at this fastfood restaurant.</i>	harga makanan	
			CS 4	<i>I feel satisfied for choosing this fastfood restaurant to eat at.</i>	Kepuasan terhadap pilihan	
5.	Behavioral Intention	<i>Behavioral Intention</i> adalah kondisi dimana pelanggan memiliki niat atau sikap setia terhadap merek, produk, atau Perusahaan, dan bersedia untuk merekomendasikan keunggulan Perusahaan	BI 1	<i>I will recommend this place to my friends and acquaintances</i>	Rekomendasi	Skala Likert 1-5
			BI 2	<i>I will come to this fastfood restaurant again</i>	Mempertimbangkan	
			BI 3	<i>I will put a good word for this fastfood restaurant when I talk with other people about it</i>	Evaluasi Positif	
			BI 4	<i>I will talk about the shortcomings</i>	Tidak Bicara hal Negatif	

No	Variabel	Definisi	Kode Indikator	Indikator Jurnal Utama	Indikator	Skala
		kepada orang lain. (Kotler dalam Gerald, 2023)		<i>of this fastfood restaurant when I talk with other people about it.</i>		

Sumber: Data Peneliti (2024)

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Pretest

Uji pre-test adalah tes untuk kuesioner yang memakai sampel kecil untuk menentukan dan menyelesaikan pertanyaan atau isu dalam kuesioner. Analisis faktor adalah jenis metode untuk memperoleh dan merangkum data. Penelitian pre-test ini menggunakan IBM SPSS versi 30 untuk menguji validitas dan reliabilitas (Malhotra, 2020).

#### 3.8.2 Uji Validitas

Uji Validitas adalah sejauh mana perbedaan skor skala dengan tepat menggambarkan perbedaan sebenarnya antar objek pada atribut yang diukur (Malhotra, 2020). Menurut Malhotra, (2020) syarat pengukuran validitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Ukuran Validitas**

No	Ukuran Validitas	Syarat yang Harus Terpenuhi
1	<b><i>Kaiser-Meyer-Okin (KMO)</i></b> Menilai kecukupan sampling merupakan indicator untuk melihat kelayakan analisis faktor (Malhotra, 2020)	Nilai <b>KMO</b> $\geq$ 0.5 menunjukkan bahwa analisis faktor sudah tepat. Nilai <b>KMO</b> $<$ 0.5 menunjukkan bahwa

No	Ukuran Validitas	Syarat yang Harus Terpenuhi
		analisis faktor tidak tepat (Malhotra, 2020).
2	<b><i>Bartlett Test of Sphericity</i></b> <i>Bartlett Test of Sphericity</i> adalah uji statistic untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak berkorelasi dalam populasi (Malhotra, 2020).	Nilai <b>signifikan</b> $\leq 0.05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antar variabel (Malhotra, 2020).
3	<b><i>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i></b> MSA berperan dalam menilai setiap variabel dan matriks hubungan antar variabel.	$MSA \geq 0.5$ Nilai MSA yang lebih besar dari 0.5 menunjukkan bahwa seluruh matriks dan setiap variabel layak untuk analisis faktor lebih lanjut.
4	<b><i>Factor Loadings of Component Matrix</i></b> <i>Factor Loadings of Component Matrix</i> menggambarkan korelasi sederhana antara faktor dan variabel (Malhotra, 2020)	<b>Factor Loadings</b> harus $> 0.5$ untuk memenuhi syarat valid (Malhotra, 2020).

Sumber: Malhotra (2020)

### 3.8.3 Uji Reliabilitas

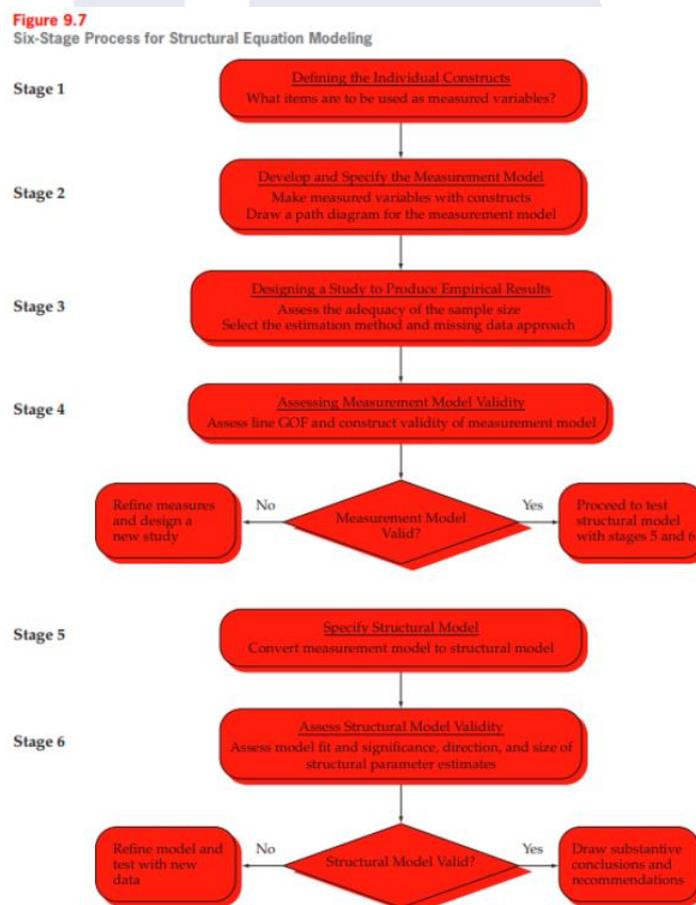
Uji reliabilitas dianggap reliabel jika suatu kuesioner menunjukkan hasil yang konsisten setelah melakukan pengukuran secara berulang (Malhotra, 2020). Uji reliabilitas diukur dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* yang lebih dari  $\geq 0,6$  (Malhotra, 2020).

### 3.8.4 Analisis Data Penelitian Dengan *Structural Equation Model (SEM)*

*Structural Equation Model (SEM)* adalah teknik analisis data yang dapat dilakukan pengujian hubungan terpisah pada setiap variabel endogen, terdiri dari

dua komponen utama, yaitu *measurement model* dan *structural model*. *Measurement model* berfungsi untuk mengukur variabel-variabel yang merepresentasikan setiap faktor, sedangkan *structural model* berperan dalam menghubungkan variabel eksogen dengan variabel endogen (Malhotra, 2020). Pada penelitian ini, peneliti menerapkan dua Langkah untuk menguji *measurement model* dan *structural model* sesuai dengan pendekatan yang dijelaskan oleh (Malhotra, 2020).

### 3.9.4.1 Tahapan Prosedur PLS-SEM



**Gambar 3. 12 Tahapan Analisis SEM**

Sumber: Malhotra (2017)

### 3.9.4.2 Outer Model Evaluation

Menurut (Malhotra, 2020) uji validitas didefinisikan sebagai seberapa besar variasi perbedaan yang diamati antara nilai skala tercatat perbedaan nyata antar item terkait

dengan karakteristik yang diukur, tetapi tidak secara sistematis atau acak. Disimpulkan bahwa ada dua cara untuk mengukur validitas suatu indikator:

1. *Convergent Validity*

*Convergent Validity* dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu skala berkorelasi positif dengan ukuran lain dari konstruk yang sama. Semua pengukuran ini tidak perlu dilakukan menggunakan penskalan tradisional. *Convergent validity* diukur dengan menggunakan *Outer Loadings* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. *Outer loadings* memberikan bukti *convergent validity*. AVE yaitu varian suatu indikator atau variabel yang diamati dan dijelaskan oleh konstruk laten.

2. *Discriminant Validity*

*Discriminant Validity* merupakan seberapa jauh ukuran yang tidak berhubungan dengan konstruk lain yang dianggap berbeda. *Discriminant validity* diukur menggunakan *cross loading factor* dan *fornell-larcker criterion*. *Cross loading factor* menunjukkan kurangnya karakteristik dan menimbulkan potensi masalah dalam menetapkan *discriminant validity*. *Fornell-larcker criterion* yaitu membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)* dari setiap konstuk dengan hubungan antar konstruk lain dalam model. Pada *maintest* diperlukan beberapa ketentuan yang layak untuk validitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas, Convergent Validity, dan Discriminant Validity**

No	Kategori	Kriteria	Kriteria Diterima
1	<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer Loadings</i>	Outer Loadings $\geq 0.7$
		<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	AVE $> 0.5$
2	<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading Factor</i>	$\geq$ harus lebih tinggi dari variabelnya sendiri

No	Kategori	Kriteria	Kriteria Diterima
		<i>Fornell-larcker criterion</i>	$\geq$ harus lebih tinggi dari variabelnya sendiri



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.9.4.3 Inner Model Evaluation

Setelah measurement model dinyatakan valid dan reliabel, Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis pada structural model. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi kemampuan model dalam memprediksi hubungan antara fenomena yang diamati dan konstruk laten. (Hair, Sarstedt, Kuppelwieser, & Hopkins, 2014).

**Tabel 3. 4 Parameter Inner Model**

<b>Kategori</b>	<b>Parameter</b>
R-square adjusted	0.67 -> Kuat 0.33 -> Sedang 0.19 -> Lemah

Sumber: (Hair, Sarstedt, Kuppelwieser, & Hopkins, 2014)

### 3.10 Uji Hipotesis

#### 1. Path Coefficient

Dalam pengujian hipotesis path coefficient digunakan untuk memodelkan hibingan antar variabel, dengan menunjukkan arah dan kekuatan hubungan dalam model analisis berbentuk jalur, serta dapat berupa positif atau negative

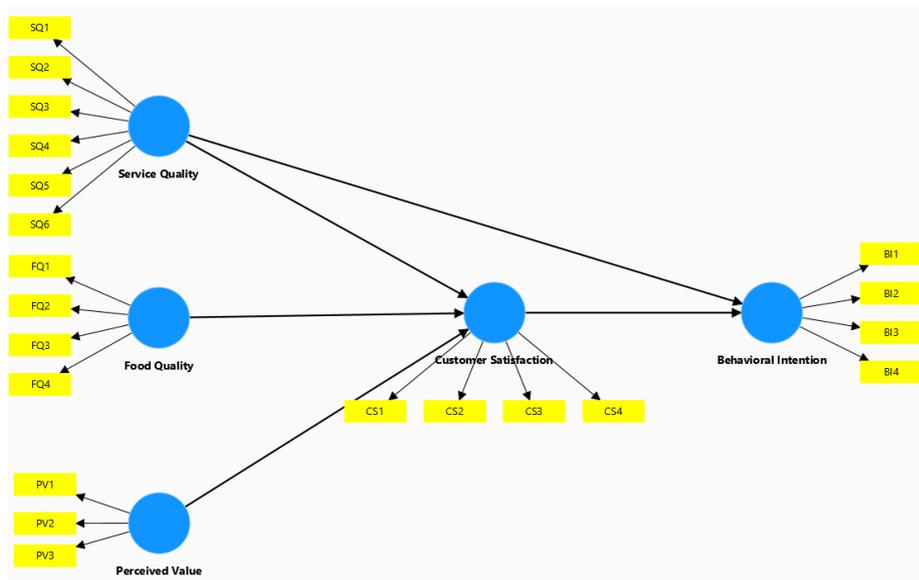
#### 2. T-statistic

Pada pengujian hipotesis, t-statistic digunakan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen dalam suatu konteks tertentu (Hair, Sarstedt, Kuppelwieser, & Hopkins, 2014).

#### 3. P-Values

Dalam pengujian hipotesis, terdapat kemungkinan kesalahan dalam menolak hipotesis nol yang sebenarnya. Dengan demikian, meskipun koefisien alur sebenarnya tidak sama dengan nol, hasilnya mungkin dianggap tidak berbeda secara signifikan dari nol (Hair, Sarstedt, Kuppelwieser, & Hopkins, 2014).

### 3.10.1 Model Keseluruhan Penelitian



**Gambar 3. 13 Model Keseluruhan Penelitian**

Sumber: Pengolahan Data Peneliti (2024)

