

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pokémon Unite merupakan salah satu permainan bergenre *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) yang dikembangkan oleh TiMi Studio Group dan diterbitkan oleh The Pokémon Company bekerja sama dengan Tencent Games. Game ini resmi dirilis secara global pada bulan Juli 2021 untuk platform Nintendo Switch, dan kemudian diikuti dengan peluncuran versi mobile untuk Android dan iOS pada September 2021. Berbeda dengan game MOBA lain seperti Mobile Legends atau Arena of Valor, Pokémon Unite menghadirkan elemen permainan yang unik melalui mekanisme pertandingan berdurasi pendek, tampilan karakter ikonik dari waralaba Pokémon, serta sistem kontrol dan antarmuka yang ramah bagi pemain kasual maupun kompetitif.



Gambar 3. 1 Logo Pokemon Unite

Sumber: Shacknews.com

Dalam konteks Indonesia, Pokémon Unite mulai menunjukkan pertumbuhan basis pemain yang stabil, khususnya di kalangan Generasi Z yang terbiasa bermain game berbasis mobile dan memiliki daya tarik terhadap karakter nostalgia dari Pokémon. Sebagai game MOBA berbasis *free-to-play*, Pokémon Unite menyediakan berbagai fitur in-game purchase seperti kostum karakter (skins), *battle pass*, dan item peningkat performa yang bersifat kosmetik maupun fungsional. Fenomena ini menjadikan Pokémon Unite sebagai objek yang relevan untuk dikaji dalam konteks perilaku konsumen, terutama terkait faktor-faktor yang memengaruhi niat membeli dalam aplikasi (purchase intention).



Gambar 3. 2 Tampilan antarmuka Pokemon Unite

Sumber: iMore.com

Salah satu mekanisme unik dalam game Pokémon Unite adalah sistem evolusi selama pertandingan, hal ini lah yang membuat Pokemon Unite menjadikan mereka berbeda dan unik ditengah pasar *game* bergenre MOBA lainnya. Setiap pemain memulai dengan Pokémon dalam bentuk dasar dan dapat berevolusi ke bentuk yang lebih kuat seiring dengan peningkatan level selama pertandingan. Selain itu, setiap Pokémon memiliki Unite Move, yaitu kemampuan spesial yang dapat mengubah jalannya pertandingan jika digunakan dengan tepat.



Gambar 3. 3 Tampilan gameplay Pokémon Unite

Sumber: Nintendo.com



Gambar 3. 4 Skill Unite Move Pokémon Unite

Sumber: Gamerant.com

Untuk mendukung aspek kompetitif, Pokémon Unite menyediakan mode peringkat (Ranked Matches) di mana pemain dapat bersaing untuk naik ke peringkat yang lebih tinggi. Terdapat juga mode turnamen yang dirancang untuk memastikan kesetaraan antar pemain dengan menyamakan level item dan akses ke semua Pokémon, sehingga skill dan strategi menjadi faktor penentu utama dalam

kemenangan. Selain itu, game ini memiliki sistem komunikasi dalam game yang memungkinkan pemain untuk berkoordinasi dengan tim melalui pesan cepat dan sinyal, yang sangat penting dalam permainan tim yang membutuhkan strategi dan kerja sama. Dengan kombinasi mekanisme permainan yang dinamis dan fitur kompetitif yang mendalam, Pokémon Unite menawarkan pengalaman bermain yang seru dan menantang bagi pemain dari berbagai tingkat keahlian.



Gambar 3. 5 Event game Pokemon Unite

Sumber: Nintendo.com

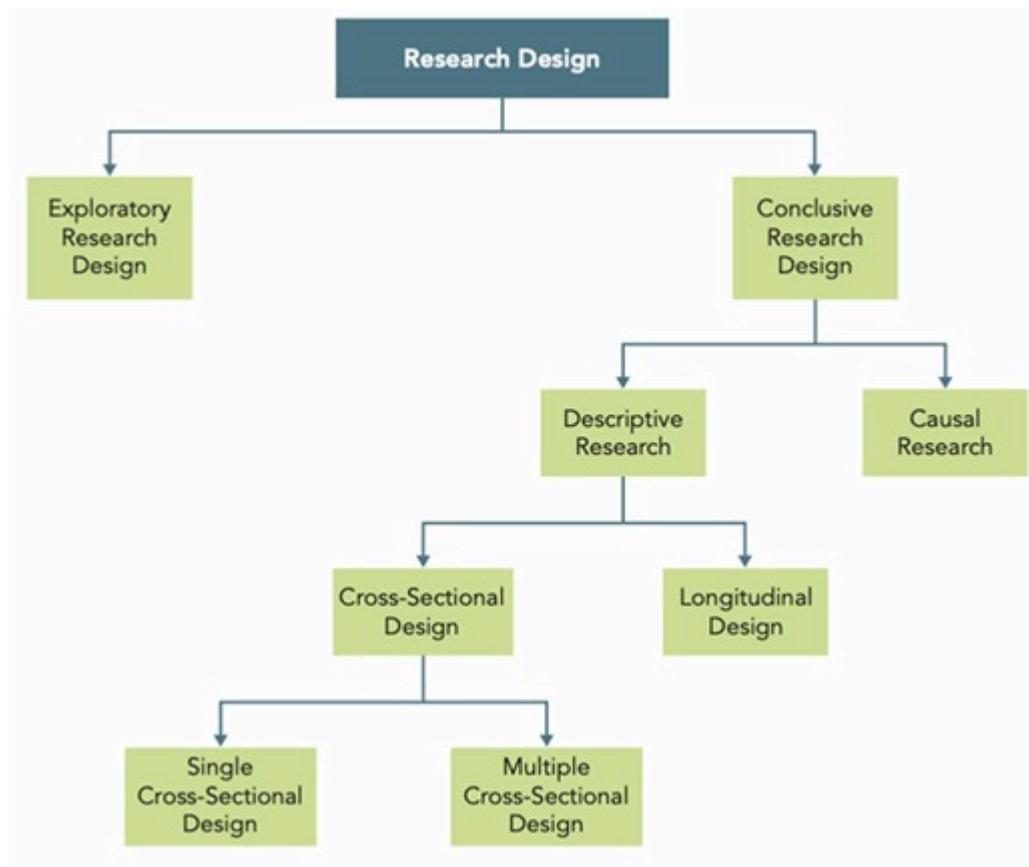
Adopsi elemen visual yang menarik dan desain karakter yang dianggap “keren” (cool), serta pengalaman bermain yang menyenangkan (joy) dan mendalam (immersion), menjadi aspek penting yang dapat memengaruhi perilaku pengguna. Selain itu, pengalaman bermain secara keseluruhan (game experience), yang mencakup interaksi sosial, tantangan, dan kepuasan personal, menjadi faktor yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, Pokémon Unite merupakan objek yang tepat untuk menelusuri bagaimana dimensi psikologis

seperti coolness, joy, game experience, dan immersion dapat memengaruhi keputusan pemain dalam melakukan pembelian di dalam game.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2020), desain penelitian secara umum diklasifikasikan berdasarkan tujuannya ke dalam dua jenis utama, yaitu desain penelitian eksploratori (*exploratory research design*) dan desain penelitian konklusif (*conclusive research design*). Klasifikasi ini menggambarkan pendekatan yang berbeda dalam proses penelitian, di mana penelitian eksploratori digunakan untuk menggali pemahaman awal terhadap suatu masalah yang belum terdefinisi dengan jelas, sedangkan penelitian konklusif digunakan untuk menguji suatu hipotesis dan memberikan kesimpulan yang dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam penelitian. Klasifikasi desain penelitian ini digambarkan seperti pada Gambar 3.6 yang memperjelas perbedaan antara kedua pendekatan tersebut.





Gambar 3. 6 Research Design

Sumber: Malhotra et al. (2020)

Desain penelitian merupakan sesuatu kerangka sistematis yang digunakan dalam proses penelitian untuk merinci langkah-langkah spesifik dalam pengumpulan data yang bertujuan mendukung perumusan dan pengembangan permasalahan dalam konteks penelitian pemasaran (Malhotra et al., 2020). Dalam konteks desain penelitian yang ditampilkan pada Gambar 3.6, terdapat dua jenis utama dalam desain penelitian, yaitu *exploratory research* dan *conclusive research*, yang dijelaskan seperti sebagai berikut:

1. Exploratory Research Design

Penelitian eksploratori merupakan jenis penelitian yang pada umumnya digunakan ketika peneliti masih memiliki pengetahuan yang terbatas atau

belum memiliki pemahaman yang begitu jelas mengenai permasalahan yang diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh wawasan awal, mengidentifikasi variabel-variabel penting, serta merumuskan masalah atau hipotesis yang dapat dijadikan dasar bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini bersifat fleksibel dan tidak terstruktur, serta biasanya menggunakan metode seperti wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah, observasi, maupun studi pustaka. Menurut Malhotra et al. (2020), penelitian eksploratori dilakukan dalam situasi ketika peneliti belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai permasalahan penelitian, sehingga perlu dilakukan penggalian informasi guna memperoleh pemahaman dan merumuskan tujuan atau hipotesis penelitian yang lebih tepat. Maka dari itu, penelitian eksploratori berperan penting sebagai langkah awal dalam proses penelitian ilmiah, khususnya dalam memahami konteks permasalahan secara mendalam sebelum dilakukan penelitian yang bersifat lebih pasti dan terarah.

2. Conclusive Research Design

Desain penelitian konklusif (conclusive research design) merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk membantu pengambilan keputusan melalui penyediaan informasi yang bersifat pasti dan dapat dipercaya. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pemahaman yang sudah lebih jelas terhadap permasalahan, sehingga dirancang secara terstruktur, formal, dan menggunakan prosedur yang sistematis. Tujuan utama dari penelitian konklusif adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data seperti survei atau eksperimen, serta analisis statistik untuk menarik kesimpulan. Menurut Malhotra et al. (2020), penelitian konklusif digunakan untuk membantu manajer atau pengambil keputusan dalam memperoleh informasi yang dapat dijadikan dasar dalam menyusun kebijakan atau strategi pemasaran yang tepat. Dengan demikian, desain

penelitian konklusif sangat penting dalam proses validasi temuan dan pengambilan keputusan yang bersifat praktis. Conclusive Research Design juga terbagi menjadi 2 jenis, yaitu:

a. Descriptive Research

Penelitian deskriptif (*descriptive research*) merupakan salah satu bentuk dari desain penelitian konklusif yang bertujuan untuk menggambarkan sebuah karakteristik dari suatu fenomena, situasi, atau kelompok tertentu secara sistematis dan akurat. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan sebab dan akibat, melainkan untuk memberikan sebuah gambaran yang terperinci mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian deskriptif, data dikumpulkan menggunakan metode seperti survei, observasi, atau studi dokumentasi, serta dianalisis untuk mengidentifikasi bentuk pola, tren, atau kecenderungan tertentu. Menurut Malhotra et al. (2020), penelitian deskriptif digunakan ketika tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan karakteristik pasar atau segmen konsumen, mengukur persepsi atau sikap terhadap suatu produk, serta memperkirakan besarnya permintaan terhadap suatu produk atau jasa. Dengan demikian, penelitian deskriptif sangat berguna dalam menyediakan informasi faktual yang relevan bagi proses perencanaan dan pengambilan keputusan, terutama dalam konteks bisnis dan pemasaran. Descriptive Research juga terbagi menjadi 2 jenis lagi, yaitu:

1. Cross-Sectional Design

Penelitian cross-sectional merupakan salah satu bentuk dari desain penelitian deskriptif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data pada satu titik waktu tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai variabel-variabel yang sedang diteliti dalam populasi atau sampel pada waktu yang sama. Penelitian cross-sectional umumnya digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, preferensi, atau karakteristik responden pada saat tertentu,

tanpa memperhatikan perubahan atau perkembangan dari waktu ke waktu. Menurut Malhotra et al. (2020), penelitian cross-sectional sangat bermanfaat dalam studi pemasaran karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi perbedaan antar segmen pasar serta mengevaluasi kebutuhan dan perilaku konsumen secara efisien. Dengan demikian, desain penelitian ini cocok digunakan dalam riset yang membutuhkan hasil cepat dan representatif untuk pengambilan keputusan jangka pendek. Lalu Cross-Sectional Design juga terbagi lagi menjadi 2 jenis, yaitu:

a. Single Cross-Sectional Design

Desain single cross-sectional merupakan bentuk dari penelitian cross-sectional di mana data yang telah dikumpulkan hanya satu kali dari satu kelompok responden yang mewakili populasi yang diteliti. Desain ini bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi, sikap, atau karakteristik responden pada satu waktu tertentu secara spesifik. Karena data hanya dikumpulkan satu kali, penelitian dengan desain ini bersifat ekonomis, efisien, dan cocok digunakan dalam studi deskriptif yang tidak memerlukan pelacakan perubahan perilaku atau variabel dari waktu ke waktu. Menurut Malhotra et al. (2020), desain single cross-sectional memberikan potret sesaat dari populasi, dan sering digunakan dalam riset pemasaran untuk mengukur respons konsumen terhadap suatu produk, layanan, atau kampanye promosi pada periode tertentu. Meskipun tidak dapat mengamati perubahan atau tren jangka panjang, desain ini sangat berguna dalam menghasilkan informasi yang relevan untuk pengambilan keputusan secara cepat.

b. Multiple Cross-Sectional Design

Desain multiple cross-sectional merupakan bentuk lain dari penelitian cross-sectional yang melibatkan pengumpulan data dari dua sampel atau lebih banyak sampel yang berbeda pada waktu yang sama atau pada waktu yang berbeda. Setiap sampel diambil secara independen dan hanya diwawancarai satu kali. Desain ini memungkinkan perbandingan antara kelompok responden yang berbeda, seperti perbedaan demografis, geografis, atau perilaku konsumen, baik dalam satu periode maupun antar periode waktu. Menurut Malhotra et al. (2020), desain multiple cross-sectional sangat berguna untuk mengidentifikasi perbedaan dan kesamaan antar segmen pasar, serta untuk mengevaluasi efektivitas suatu strategi pemasaran dalam konteks yang lebih luas. Keunggulan dari desain ini adalah kemampuannya dalam memberikan wawasan yang lebih komprehensif dibandingkan single cross-sectional, meskipun tetap tidak dirancang untuk mengamati perubahan perilaku individu secara longitudinal. Dengan demikian, desain ini cocok digunakan dalam riset pemasaran yang memerlukan perbandingan antar kelompok konsumen.

2. Longitudinal Design

Desain longitudinal (*longitudinal design*) merupakan jenis penelitian deskriptif yang melibatkan pengumpulan data dari sampel yang sama secara berulang kali dalam kurun waktu tertentu. Tujuan dari desain penelitian ini adalah untuk mengamati suatu perubahan perilaku, sikap, atau karakteristik pada responden dari waktu ke waktu, sehingga sangat berguna untuk menganalisis tren atau perkembangan yang bersifat tidak menentu. Tidak seperti desain cross-sectional yang hanya memberikan gambaran sesaat, desain longitudinal memungkinkan peneliti untuk melacak pergeseran atau pola dalam populasi yang sama. Menurut temuan pada penelitian Malhotra et al. (2020), desain

longitudinal sangat berguna dan cukup sering digunakan dalam penelitian pemasaran karena memberikan pemahaman yang mendalam mengenai loyalitas pelanggan, perubahan preferensi pada konsumen, atau dampak jangka panjang dari strategi pemasaran tertentu. Meskipun desain ini lebih kompleks dan memerlukan waktu serta biaya yang lebih besar, desain ini menghasilkan data yang lebih kaya dan relevan untuk pengambilan keputusan strategis yang berorientasi jangka panjang.

b. Causal Research

Penelitian kausal (*causal research*) merupakan jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mengidentifikasi suatu hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Desain penelitian ini dirancang secara sistematis untuk menguji hipotesis mengenai apakah adanya pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian kausal, peneliti berusaha mengontrol kondisi penelitian sedemikian rupa agar dapat memastikan bahwa perubahan yang terjadi pada variabel dependen benar-benar disebabkan oleh variabel independen. Menurut Malhotra et al. (2020), penelitian kausal dilakukan untuk menentukan apakah suatu hubungan bersifat kausal, arah hubungan tersebut, serta besarnya pengaruh yang ditimbulkan. Penelitian ini umumnya menggunakan metode eksperimen, baik dalam bentuk eksperimen laboratorium maupun eksperimen lapangan, yang memungkinkan adanya manipulasi dan pengendalian variabel. Dengan demikian, desain penelitian kausal sangat penting ketika tujuan utama penelitian adalah untuk membuktikan secara empiris bahwa suatu tindakan atau strategi tertentu dapat menimbulkan efek atau hasil yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan *conclusive research design* dengan pendekatan *descriptive research design*. Desain penelitian yang digunakan adalah *single cross-sectional design*. Pendekatan *conclusive research* dipilih

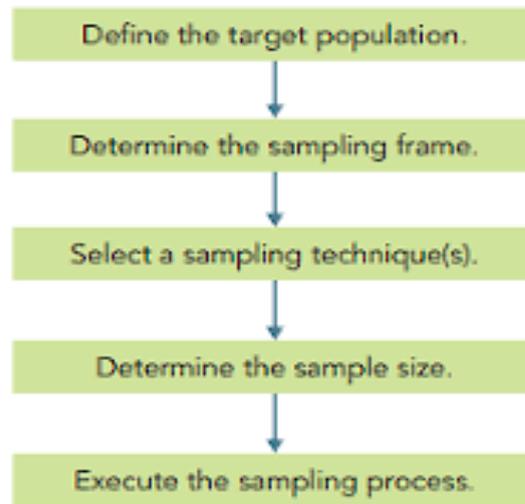
karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis serta mengetahui hubungan antar variabel yang dapat membantu pengembang dari game Pokemon Unite dalam melakukan evaluasi dan menyelesaikan permasalahan yang ada. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan potensi pendapatan (revenue) pada pasar Indonesia yang sangat besar.

Penggunaan descriptive research design didasari oleh metode pengumpulan data yang dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner. Menurut Malhotra (2020), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data terstruktur yang dilakukan dengan menyampaikan pertanyaan kepada sampel dari populasi untuk memperoleh data yang dibutuhkan dari responden. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun menggunakan skala Likert 1 hingga 5, karena diasumsikan bahwa responden memiliki pemahaman yang memadai mengenai objek yang diteliti, sehingga mampu memberikan penilaian secara rinci. Sementara itu, single cross-sectional design dipilih karena data dalam penelitian ini dikumpulkan hanya sekali dalam satu periode tertentu, dari satu kelompok sampel yang mewakili populasi target. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai persepsi dan sikap responden terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam kurun waktu tersebut.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi

Menurut pada buku yang ditulis oleh Malhotra et al. (2020), terdapat 5 tahapan dalam proses pengambilan sampel penelitian, seperti yang terlampir pada Gambar 3.7 berikut ini:



Gambar 3. 7 Sampling Design

Sumber: Malhotra et al. (2020)

Mengacu pada Gambar 3.7, terdapat lima langkah utama dalam desain pengambilan sampel. Langkah-langkah tersebut mencakup pemilihan populasi yang menjadi sasaran penelitian, penyusunan kerangka sampling, pemilihan metode yang digunakan untuk pengambilan sampel, penentuan jumlah sampel yang akan digunakan, serta pelaksanaan proses pengambilan sampel itu sendiri (Malhotra et al., 2020). Pada tahap awal, peneliti perlu menetapkan siapa saja yang termasuk dalam populasi target sesuai dengan tujuan studi. Setelah itu, peneliti menyusun sampling frame atau kerangka acuan yang digunakan untuk memilih elemen-elemen dari populasi. Tahap berikutnya adalah memilih teknik sampling yang dianggap paling relevan dengan konteks penelitian. Kemudian, peneliti menetapkan jumlah sampel berdasarkan cakupan populasi yang telah ditentukan. Pada tahap akhir, proses pengambilan sampel dilakukan secara langsung, misalnya melalui penyebaran dan pengumpulan kuesioner kepada responden terpilih.

3.3.2 Populasi

Malhotra et al. (2020) menyatakan bahwa populasi merupakan sekumpulan elemen yang memiliki karakteristik serupa dan relevan dengan

informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian. Dalam proses penentuan populasi sasaran, terdapat empat komponen utama yang perlu diperhatikan, yaitu unsur-unsur yang diteliti (*elements*), unit yang digunakan dalam proses pengambilan sampel (*sampling units*), cakupan wilayah penelitian (*extent*), serta jangka waktu pelaksanaan studi (*time*). Populasi pada penelitian ini merupakan pemain *game* Pokemon Unite yang tidak pernah melakukan pembelian dalam *game*.

a. Element

Elemen merupakan individu atau objek yang dijadikan sumber data oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian (Malhotra et al., 2020).

b. Sampling Unit

Unit sampling merupakan kelompok dari elemen-elemen yang merepresentasikan populasi dan dijadikan dasar dalam proses pemilihan sampel (Malhotra et al., 2020). Adapun unit sampling yang digunakan dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Pemain *game* bergenre MOBA di Indonesia berjenis kelamin laki-laki dan perempuan
2. Berusia 17 – 25 tahun keatas
3. Pemain *game* yang pernah bermain *game* Pokemon Unite
4. Pemain *game* Pokemon Unite yang tidak pernah melakukan pembelian di dalam *game*.

Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi *ingame purchase intention*, sehingga responden yang dipilih merupakan individu yang pernah bermain *game* Pokemon Unite, namun belum pernah melakukan transaksi pada *game* tersebut.

c. Extent

Dalam pandangan Malhotra et al. (2020), extent merujuk pada batasan wilayah geografis yang menjadi cakupan dalam pengambilan sampel penelitian. Adapun ruang lingkup geografis dalam studi ini difokuskan di wilayah Indonesia, di mana responden yang berdomisili di area JABODETABEK, maupun dari luar JABODETABEK dan pulau-pulau sekitarnya, dapat berpartisipasi sebagai subjek penelitian.

d. Time Frame

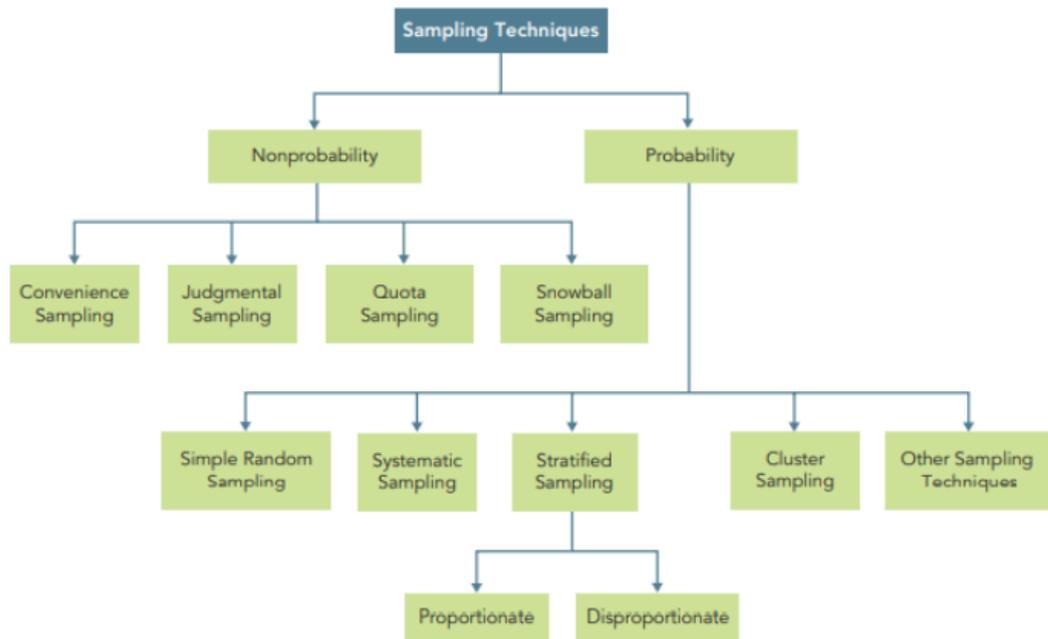
Time frame merujuk pada rentang waktu yang digunakan dalam proses pengumpulan data dalam suatu penelitian (Malhotra et al., 2020). Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilaksanakan selama kurang lebih empat bulan, yaitu sejak Februari 2025 hingga Juni 2025. Peneliti terlebih dahulu melaksanakan tahap pre-test dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 responden pada periode 1 hingga 5 Mei 2025. Selanjutnya, penyebaran kuesioner untuk main-test atau pengujian utama terhadap keseluruhan sampel dimulai pada tanggal 7 Mei 2025.

3.3.3 Sampling Frame

Sampel dapat diartikan sebagai himpunan atau daftar acuan yang digunakan untuk mengidentifikasi populasi sasaran dalam suatu studi penelitian (Malhotra et al., 2020). Dalam penelitian ini, peneliti tidak menggunakan sampling frame dikarenakan tidak memiliki data yang pasti mengenai populasi yang dapat dijadikan sebagai responden, sehingga pengambilan sampel hanya dilakukan tanpa kerangka acuan yang spesifik.

3.3.4 Sampling Technique

Berdasarkan pendapat Malhotra (2020), metode pengambilan sampel dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu teknik sampling non-probabilitas dan teknik sampling probabilitas, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 3.6 di bawah ini.



Gambar 3. 8 Sampling Techniques

Sumber: Malhotra et al. (2020)

Teknik pengambilan sampel secara umum dibagi menjadi dua kategori, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Malhotra et al., 2020). *Probability sampling* merupakan metode di mana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Sebaliknya, *non-probability sampling* adalah metode yang tidak memberikan kesempatan yang setara bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel, karena proses pemilihannya tidak menggunakan kerangka sampling (Malhotra et al., 2020). Malhotra (2020) juga mengidentifikasi empat jenis utama dari *non-probability sampling*, yaitu sebagai berikut:

1. Convenience Sampling

Convenience sampling merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas yang didasarkan pada faktor kemudahan dan kenyamanan dalam menjangkau responden. Teknik ini digunakan ketika kriteria responden yang dibutuhkan tidak terlalu kompleks atau

spesifik, sehingga pemilihan sampel dapat dilakukan secara praktis tanpa prosedur seleksi yang ketat.

2. Judgemental Sampling

Judgmental sampling merupakan salah satu teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang pemilihannya didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subjektif dari peneliti. Teknik ini digunakan ketika peneliti memiliki kriteria tertentu yang dianggap relevan dan penting, sehingga sampel yang dipilih cenderung lebih spesifik dan sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Quota Sampling

Quota sampling merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas yang dilakukan melalui dua tahap. Pada tahap pertama, peneliti mengelompokkan elemen-elemen dalam populasi ke dalam kategori tertentu. Selanjutnya, pada tahap kedua, pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan pendekatan convenience sampling atau judgmental sampling, sesuai dengan kemudahan akses atau pertimbangan peneliti terhadap karakteristik responden yang relevan.

4. Snowball Sampling

Snowball sampling merupakan salah satu teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang dilakukan dengan cara memilih sejumlah responden awal secara acak, kemudian responden tersebut diminta untuk merekomendasikan individu lain yang memenuhi kriteria penelitian. Proses ini berlanjut hingga jumlah sampel yang dibutuhkan tercapai. Teknik ini digunakan untuk menjangkau responden yang sulit ditemukan atau memiliki karakteristik khusus (Malhotra et al., 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* dalam proses pengambilan sampelnya. Pemilihan teknik ini didasarkan karena tidak tersedianya *sampling frame*, sehingga tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden (Malhotra et al., 2020). Selain itu, peneliti juga menggunakan *judgmental sampling*, yakni pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti agar responden yang terlibat sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk memastikan kesesuaian responden dengan kebutuhan penelitian, peneliti menyusun beberapa kriteria penyaringan (*screening*) sebagai acuan dalam pemilihan sampel. Berdasarkan teknik *judgmental sampling*, responden yang memenuhi kriteria dan dijadikan sebagai sampel, adalah orang-orang yang memainkan game dengan genre MOBA, berusia 17-25 tahun keatas, pernah memainkan game Pokemon Unite, namun belum pernah melakukan transaksi pembelian di *ingame*.

3.3.5 Sampel Size

Ukuran sampel (*sampling size*) merupakan jumlah elemen atau responden yang akan dijadikan objek dalam penelitian (Malhotra et al., 2020). Dalam penelitian ini, terdapat 25 indikator pertanyaan yang merepresentasikan 5 variabel. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan asumsi sebanyak 5 responden untuk setiap indikator, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 125 responden ($25 \times 5 = 125$). Berdasarkan hasil *screening* terdapat sebanyak 180 responden yang lolos *screening*. Angka ini lebih besar dari jumlah sampel minimum yang telah dihitung. Dengan kata lain, penelitian ini sudah memiliki kecukupan dalam jumlah sampel.

3.4 Prosedur Penelitian

Ada beberapa tahapan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini, seperti sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan proses pencarian, analisis, serta pengumpulan berbagai sumber data sekunder, seperti artikel ilmiah, situs web, berita, dan jurnal yang berkaitan dengan game bergenre MOBA dan game Pokemon Unite sebagai dasar pendukung dalam penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini.
2. Pada tahap selanjutnya, peneliti melakukan identifikasi dan menetapkan jurnal utama yang dijadikan sebagai rujukan utama dalam mendukung landasan penelitian ini. Jurnal tersebut memuat sejumlah indikator yang kemudian diadaptasi oleh peneliti menjadi beberapa pertanyaan untuk instrumen kuesioner. Indikator-indikator tersebut diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia dan disusun ulang dengan bahasa yang lebih sederhana agar mudah dipahami oleh responden.
3. Pada tahap berikutnya, peneliti melaksanakan uji coba awal (*pre-test*) dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 responden melalui platform Google Form. Pelaksanaan *pre-test* ini bertujuan untuk menguji kejelasan dan keterbacaan instrumen sebelum dilanjutkan ke tahap *main test*, di mana pengumpulan data dilakukan dengan jumlah responden yang lebih besar.
4. Setelah data dari responden pada tahap *pre-test* berhasil dikumpulkan, peneliti melanjutkan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 29. Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator yang digunakan mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat, sementara uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila digunakan berulang kali dalam kondisi yang serupa.
5. Pada tahap *main test*, peneliti menyebarkan kuesioner kepada sebanyak 180 responden melalui platform Google Form. Penyebaran kuesioner dilakukan secara selektif kepada individu-individu yang memenuhi kriteria screening, seperti anggota komunitas penggemar game Pokemon Unite, dan rekan-rekan yang memiliki pengalaman bermain game tersebut.

6. Pada tahap terakhir, data yang telah berhasil dikumpulkan akan penulis analisis dengan menggunakan software IBM SPSS versi 29.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Eksogen

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan model persamaan struktural yang melibatkan variabel eksogen sebagai bagian penting dalam membangun hubungan antar konstruk. Variabel eksogen didefinisikan sebagai variabel yang tidak dijelaskan atau tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian, melainkan berperan sebagai faktor penyebab atau prediktor. Menurut Malhotra (2017), variabel eksogen adalah variabel independen dalam sebuah model struktural yang memengaruhi satu atau lebih variabel lain, namun dirinya sendiri tidak dipengaruhi oleh variabel manapun di dalam model tersebut. Dalam konteks penelitian ini, variabel seperti *Coolness* dan *Joy* termasuk dalam kategori variabel eksogen karena keduanya diasumsikan memberikan pengaruh terhadap variabel lainnya seperti *Game Experience*, *Immersion* dan *Purchase Intention*, tetapi tidak menerima pengaruh balik dari variabel lain yang terdapat dalam model. Pemahaman terhadap karakteristik variabel eksogen menjadi penting untuk merancang model hubungan antar variabel secara tepat dan menghindari kesalahan dalam interpretasi hasil analisis.

3.5.2 Variabel Endogen

Dalam model penelitian ini, variabel endogen memegang peranan penting sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel endogen merupakan variabel dependen yang keberadaannya dipengaruhi oleh satu atau lebih variabel independen dalam suatu model struktural. Menurut Malhotra (2017), variabel endogen adalah variabel dalam model persamaan struktural yang dijelaskan oleh hubungan sebab-akibat dari variabel lain, khususnya variabel eksogen. Dalam penelitian ini, variabel seperti *Game Experience*, *Immersion* dan *Purchase Intention* dikategorikan sebagai variabel endogen karena ketiga variabel

tersebut dipengaruhi oleh variable lainnya. Pemahaman terhadap variabel endogen sangat krusial karena peneliti harus mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang secara signifikan memengaruhi variabel ini guna memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti. Selain itu, ketepatan dalam mengelola variabel endogen akan berdampak langsung terhadap validitas dan reliabilitas dari hasil analisis model struktural yang digunakan.

3.5.3 Variabel Teramati

Menurut Malhotra et al. (2020), variabel teramati merupakan jenis variabel yang dapat diukur secara empiris dan berfungsi sebagai indikator dalam suatu penelitian. Keberadaan variabel ini dapat dikenali melalui instrumen pengukuran, seperti survei atau kuesioner. Dalam penelitian ini, variabel teramati diukur melalui 25 butir pertanyaan yang dirancang untuk merepresentasikan kelima variabel utama, yaitu *Coolness*, *Joy*, *Immersion*, *Game Experience*, dan *Purchase Intention*.

3.6 Operasional Variabel

Dalam rangka mengukur variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini, peneliti menyusun sejumlah indikator pertanyaan yang bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyusunan indikator tersebut merujuk pada teori-teori yang diambil dari jurnal utama serta didukung oleh literatur relevan lainnya yang memiliki keterkaitan dengan topik yang diteliti. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rentang nilai dari 1 hingga 5, di mana angka 1 merepresentasikan tingkat persetujuan paling rendah, yaitu "sangat tidak setuju", sedangkan angka 5 menunjukkan tingkat persetujuan tertinggi, yaitu "sangat setuju". Pemilihan skala ini didasarkan pada pertimbangan bahwa skala Likert 5 poin memungkinkan hasil pengukuran yang lebih rinci, sehingga responden memiliki keleluasaan dalam

mengekspresikan tingkat kesetujuannya secara lebih spesifik. Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini disajikan secara rinci dalam tabel operasional berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Tabel Penelitian

No .	Variable	Definisi Variabel	Question in English	Indonesian Translation	Scale
1	Enjoyment	Menurut Merikivi et al., (2017) Enjoyment adalah perasaan senang secara intrinsik saat bermain game, yang mendorong pemain untuk terus bermain, dipengaruhi oleh tantangan, kebaruan, estetika, dan kemudahan penggunaan.	I feel that Pokémon Unite is an overall entertaining game.	Saya merasa bahwa Pokémon Unite secara keseluruhan adalah game yang menghibur.	<i>Likert</i> 1-5
			I play Pokémon Unite for enjoyment.	Saya memainkan Pokémon Unite untuk kesenangan.	
			Playing Pokémon Unite is a fun way to spend time.	Bermain Pokémon Unite adalah cara yang menyenangkan untuk menghabiskan waktu.	
2	Coolness	Menurut Nan et al. (2022) Coolness adalah persepsi bahwa suatu produk memiliki daya tarik subkultural, keaslian, dan keunikan, yang menjadikannya menarik dan meningkatkan niat untuk digunakan.	Skins in Pokémon Unite look cool.	Skin dalam Pokémon Unite terlihat keren.	<i>Likert</i> 1-5
			Skins in Pokémon Unite have a stylish design.	Skin dalam Pokémon Unite memiliki desain yang bergaya.	
			Skins in Pokémon Unite are visually appealing.	Skin dalam Pokémon Unite menarik perhatian.	
			Skins in Pokémon Unite feel original.	Skin dalam Pokémon Unite terasa orisinal.	
			Skins in Pokémon Unite have a new and innovative design.	Skin dalam Pokémon Unite memiliki desain yang baru dan inovatif.	

			Skins in Pokémon Unite look unique compared to other skins.	Skin dalam Pokémon Unite terlihat unik dibandingkan dengan skin lainnya.	
			Using skins in Pokémon Unite makes me feel different from other players.	Menggunakan skin dalam Pokémon Unite membuat saya merasa berbeda dari pemain lain.	
			Using skins in Pokémon Unite makes me stand out from other players.	Menggunakan skin dalam Pokémon Unite membuat saya lebih menonjol dibandingkan pemain lain.	
			Players who use skins in Pokémon Unite look cooler.	Pemain yang menggunakan skin dalam Pokémon Unite terlihat lebih keren.	
3	Game Experience	Menurut temuan dari Gao & Hallikainen, (2024) Gaming experience merujuk pada perasaan yang dialami pemain selama bermain game dan sepanjang interaksi yang berlangsung secara berkelanjutan antara pemain dan permainan.	Using skins in Pokémon Unite makes me feel like a special player.	Menggunakan skin dalam Pokémon Unite membuat saya merasa seperti pemain istimewa.	<i>Liker t 1-5</i>
			Using skins in Pokémon Unite allows me to have a more unique gaming experience.	Menggunakan skin dalam Pokémon Unite memungkinkan saya untuk merasakan pengalaman bermain yang lebih unik.	
			Using skins in Pokémon Unite evokes my emotions while playing.	Menggunakan skin dalam Pokémon Unite membangkitkan emosi saya saat bermain.	
			The experience of using skins in Pokémon Unite is very memorable for me.	Pengalaman menggunakan skin dalam Pokémon Unite sangat berkesan bagi saya.	
			I experience a more positive and different sensation when using skins compared to not using them.	Saya mengalami sensasi bermain yang lebih positif dan berbeda dibandingkan saat tidak menggunakan skin.	
4	Immersion	Menurut Yoo et al., (2018) Immersion atau Flow adalah kondisi psikologis di mana individu berada dalam fokus tinggi dan sepenuhnya tenggelam	I lose track of time when playing Pokémon Unite.	Saya lupa waktu saat bermain Pokémon Unite.	<i>Liker t 1-5</i>
			I become unaware of my surroundings while playing Pokémon Unite.	Saya menjadi tidak sadar akan lingkungan sekitar saat bermain Pokémon Unite.	
			I fell highly engaged in the game when playing Pokémon Unite.	Saya merasa sangat hanyut dalam permainan saat bermain Pokémon Unite.	

		serta terlibat dalam suatu aktivitas.	I feel emotionally absorbed when playing Pokémon Unite.	Saya merasa terserap secara emosional saat bermain Pokémon Unite.	
			I can fully engage in the game when playing Pokémon Unite.	Saya dapat terlibat sepenuhnya dalam permainan saat bermain Pokémon Unite.	
5	Purchase Intention	Menurut Muhammad & Hidayanto, (2023) Minat beli dalam game, atau in-game purchase intention, adalah kecenderungan pemain untuk membeli item virtual di lingkungan komunitas virtual.	I intend to make in-game purchases in Pokémon Unite regularly in the future.	Saya berencana untuk melakukan pembelian dalam game Pokémon Unite secara teratur di masa depan.	<i>Likert 1-5</i>
			I will frequently make in-game purchases in Pokémon Unite in the future.	Saya akan sering melakukan pembelian dalam game Pokémon Unite di masa depan.	
			I would highly recommend making in-game purchases in Pokémon Unite to others.	Saya akan sangat merekomendasikan pembelian dalam game Pokémon Unite kepada orang lain.	

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Pre-test

Uji Pre-Test dilakukan sebagai langkah awal untuk menguji data survei pada sampel yang relatif kecil (Malhotra et al., 2020). Tahapan ini bertujuan untuk mengenali dan mengatasi potensi permasalahan dalam instrumen penelitian sebelum diterapkan pada populasi yang lebih luas. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sebanyak 60 responden sebagai sampel untuk uji pre-test. Selanjutnya, data dari responden tersebut diolah untuk menguji validitas dan reliabilitas setiap variabel dengan bantuan perangkat lunak SBM SPSS versi 29, guna memastikan keabsahan dan konsistensi data sebelum penelitian utama dilanjutkan.

3.7.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi dan menyimpulkan sejauh mana variabel-variabel yang diteliti mampu merepresentasikan fenomena yang menjadi fokus penelitian (Malhotra et al., 2020). Dalam penelitian ini, sebelum melakukan uji validitas, peneliti terlebih dahulu menyusun indikator pertanyaan sebagai acuan untuk mengukur setiap variabel yang akan diteliti. Sebuah variabel dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan dalam proses uji validitas.

Tabel 3. 2 Standar Uji Validitas

No.	Validitas	Nilai Disyaratkan
1	KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) adalah suatu indeks yang digunakan untuk menguji adanya kecocokan analisis faktor (Malhotra, 2020)	Nilai KMO akan dinyatakan valid jika mendapati angka $\geq 0,5$. Sedangkan nilai angka di bawah $< 0,5$ menunjukkan hasil yang kurang baik, sehingga tidak dapat digunakan dalam penelitian.
2	Sig Barlett's Test of Sphericity adalah uji statistik yang digunakan sebagai tools untuk menguji adanya hipotesis dalam suatu penelitian	Untuk menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel dan indikator yang diteliti, maka variabel tersebut harus memiliki nilai significant $\leq 0,05$ untuk dinyatakan valid.

3	Anti Image Matrix merupakan alat analisis yang digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel, guna menilai sejauh mana data memenuhi syarat untuk dilakukan analisis faktor (Malhotra, 2020).	Nilai pada Anti Image Matrix disesuaikan dengan ukuran Measure of Sampling Adequacy (MSA), di mana nilai $MSA \geq 0,5$ menunjukkan adanya kesesuaian antar variabel untuk dianalisis lebih lanjut. Sebaliknya, apabila nilai $MSA \leq 0,5$, maka variabel tersebut dianggap tidak layak dan perlu dikeluarkan dari analisis faktor (Hair et al., 2014).
4	Factor Loading (hasil dari component matrix) adalah korelasi antar indikator dengan faktor-faktor dari variabel yang sudah terbentuk (Malhotra, 2020).	Indikator dari suatu variabel akan dinyatakan valid jika factor loading atau component matrix menunjukkan nilai di angka $\geq 0,5$.

Sumber : Malhotra (2020)

3.7.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu indikator atau alat ukur mampu menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali (Malhotra et al., 2020). Sebuah indikator dikatakan reliabel apabila tetap

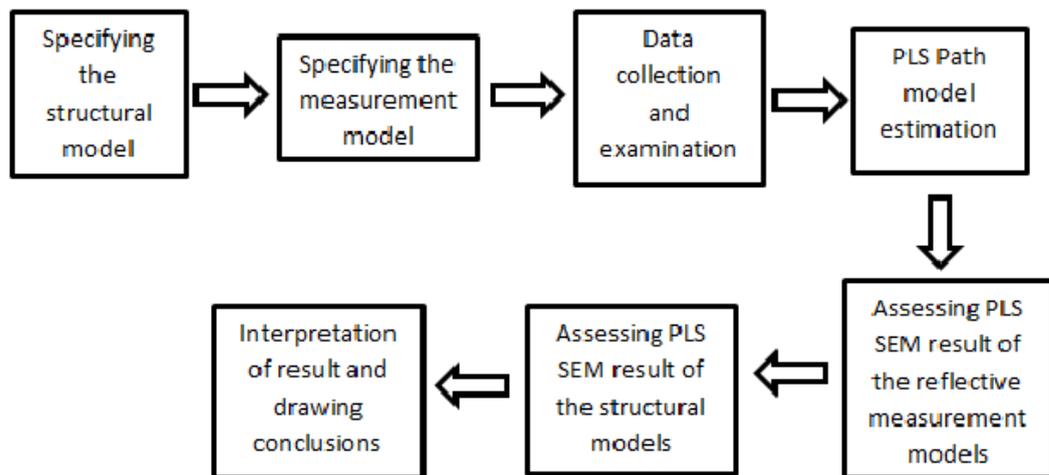
menunjukkan kestabilan hasil meskipun telah melalui pengukuran berulang. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan nilai **Cronbach's Alpha** melalui perangkat lunak SPSS versi 29. Suatu indikator dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan $\geq 0,6$ (Malhotra et al., 2017).

3.7.4 Analisis Data Penelitian dengan Structural Equation Modeling (SEM)

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM). Metode SEM dipilih karena mampu menguji hubungan yang kompleks antara beberapa konstruk laten secara simultan. Menurut Malhotra (2020), Structural Equation Modeling merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengestimasi serangkaian hubungan ketergantungan antara sejumlah variabel terukur (observed variables) dan konstruk yang tidak dapat diamati secara langsung (latent variables) dalam sebuah model yang terintegrasi. Konsep SEM mirip dengan penggabungan antara analisis regresi berganda dan factor analysis, di mana konstruk dependen dan independen dihubungkan melalui persamaan struktural. Selain itu, SEM juga memperhitungkan measurement error, yaitu kesalahan pengukuran yang terjadi ketika variabel yang diamati tidak sepenuhnya merepresentasikan konstruk laten yang dimaksud. Oleh karena itu, penggunaan SEM dalam penelitian ini dianggap tepat untuk menguji hubungan antar variabel yang bersifat kompleks dan abstrak, serta meningkatkan ketepatan interpretasi terhadap model yang dikembangkan.

Menurut Hair et al. (2014), Structural Equation Modeling (SEM) terdiri dari dua jenis konstruk laten utama, yaitu konstruk eksogen dan endogen. Konstruk eksogen merupakan variabel bebas yang memengaruhi variabel lain dalam model, sedangkan konstruk endogen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh konstruk lainnya. Hubungan antara kedua jenis konstruk ini digambarkan melalui path diagram yang menggambarkan arah dan kekuatan hubungan antar variabel, lengkap dengan indikator-indikator yang merepresentasikan masing-masing

konstruk. Berikut merupakan tahapan untuk melakukan uji structural equation modeling (SEM):



Gambar 3. 9 Tahap SEM-PLS

Sumber: Hair et al. (2014)

Berikut adalah prosedur penggunaan Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian:

1. Menentukan serta mengenali setiap konstruk yang diteliti beserta seluruh indikator yang merepresentasikannya.
2. Menyusun dan merancang model pengukuran (measurement model) yang sesuai.
3. Menentukan teknik penelitian dan jumlah sampel yang akan dilibatkan dalam pengumpulan data.
4. Melakukan uji validitas terhadap data dan model pengukuran yang telah disusun.
5. Jika model pengukuran telah dinyatakan valid, peneliti dapat melanjutkan ke tahap spesifikasi model struktural.
6. Melakukan evaluasi terhadap model struktural yang telah dibangun.

7. Apabila model struktural telah lolos uji validitas, peneliti dapat menyimpulkan hasil serta memberikan saran untuk penelitian lanjutan atau sebagai dasar pemecahan masalah yang diteliti.

3.7.5 Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) merupakan salah satu teknik analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dalam model struktural, serupa dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM). PLS berbasis pada konsep regresi linier dan sering dipilih sebagai alternatif karena mampu mengatasi pelanggaran terhadap asumsi-asumsi statistik yang umum terjadi dalam analisis data. Metode ini dirancang untuk tujuan prediktif dan memiliki kemampuan dalam mengelola sejumlah besar variabel bebas, termasuk ketika terdapat masalah multikolinieritas di antara variabel-variabel tersebut. Selain itu, PLS juga sangat sesuai digunakan dalam penelitian yang melibatkan model yang kompleks dan memiliki struktur hubungan antar konstruk yang rumit (Hair et al., 2017).

3.7.6 Uji Outer Model

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian benar-benar mengukur konstruk laten yang dimaksud. Dalam pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), validitas dibagi menjadi dua aspek utama, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity* (Hair et al., 2017). *Convergent validity* merupakan bentuk validitas konstruk yang mengindikasikan sejauh mana indikator-indikator yang dirancang untuk mengukur konstruk yang sama menunjukkan korelasi yang tinggi satu sama lain. Sebuah konstruk dikatakan memenuhi *convergent validity* apabila indikatornya memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) lebih besar dari 0,50. Nilai *outer loading* menunjukkan kontribusi masing-masing indikator terhadap konstruk, sedangkan AVE

menunjukkan besarnya varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk tersebut.

Sementara itu, *discriminant validity* menunjukkan sejauh mana suatu konstruk berbeda dari konstruk lainnya dalam model. Validitas ini penting agar tidak terjadi tumpang tindih antara satu konstruk dengan konstruk lain. Kriteria yang digunakan untuk mengukur *discriminant validity* antara lain adalah nilai *cross loading*—di mana setiap indikator harus memiliki loading tertinggi pada konstruk yang diukur, dibandingkan dengan konstruk lainnya. Selain itu, dapat juga dilihat melalui Fornell-Larcker Criterion, yaitu nilai akar kuadrat AVE dari suatu konstruk harus lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk lainnya dalam model.

Tabel 3. 3 Nilai Validasi SEM

Jenis Validasi	Indeks	Kriteria
Convergent Validity	Average Variance Extracted	AVE > 0,5
	Outer Loading	Outer Loading > 0,7
Discriminant Validity	Cross Loading	Nilai Outer Loading > Nilai Outer Loading yang lain
	Fonell Lacker Criterion	Struktur (Construct) mempunyai nilai indikator yang lebih baik dibandingkan dengan strukturlainnya.

Sumber: Hair et al. (2014)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi internal dari suatu konstruk dalam penelitian, yaitu sejauh mana indikator-indikator dalam satu variabel mengukur hal yang sama secara konsisten. Menurut Hair et al. (2017),

dalam pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), reliabilitas suatu konstruk dikatakan baik apabila memenuhi dua kriteria utama, yaitu nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang masing-masing lebih besar dari 0,70.

3.7.7 Uji Inner Model

Uji inner model atau model struktural dilakukan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antar variabel laten dalam model penelitian. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik konstruk-konstruk eksogen mampu menjelaskan konstruk endogen yang diteliti. Menurut Hair et al. (2017), pengujian inner model dapat dilakukan melalui tiga indikator utama, yaitu nilai koefisien determinasi (R^2), nilai prediksi relevan (Q^2), serta uji signifikansi jalur (path coefficients) menggunakan teknik bootstrapping.

a. Prosedur Bootstrapping

Prosedur bootstrapping biasa digunakan untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel dengan cara melakukan teknik resampling terhadap data asli secara acak dengan pengembalian. Teknik ini menghasilkan estimasi distribusi empiris terhadap koefisien jalur yang digunakan untuk pengujian hipotesis.

Dalam penelitian ini, bootstrapping dilakukan menggunakan software SmartPLS versi 4 dengan pengaturan sebagai berikut:

- Jumlah sub-sampel: 5000
- Significance level: 5% (two-tailed test)
- Confidence interval method: Bias Corrected and Accelerated (BCa Bootstrap)

Hasil bootstrapping akan menampilkan nilai-nilai berikut:

- Original Sample (O): Koefisien jalur berdasarkan data asli
- Sample Mean (M): Rata-rata dari koefisien jalur seluruh resample

- Standard Deviation (STDEV): Ukuran variasi dari hasil resample
- T Statistics: Hasil dari perbandingan antara Original Sample dan STDEV
- P Values: Nilai signifikansi (p-value) yang digunakan untuk pengujian hipotesis

b. Kriteria Pengambilan Keputusan

Hubungan antar variabel dinyatakan signifikan jika memenuhi salah satu dari kriteria berikut:

Tabel 3. 4 Kriteria Pengambilan Keputusan hasil SEM PLS

Kriteria	Nilai Batas	Keterangan
T-Statistic	> 1.96	Signifikan pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)
T-Statistic	> 2.58	Signifikan pada tingkat kepercayaan 99% ($\alpha = 0,01$)
P-Value	< 0.05	Signifikan (hipotesis diterima)
P-Value	≥ 0.05	Tidak signifikan (hipotesis ditolak)

Sumber: Hair et al. (2014)

Dengan menggunakan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), seluruh hipotesis yang terdapat dalam model struktural dapat diuji secara komprehensif, termasuk hubungan langsung (direct effect) maupun hubungan yang dimoderasi oleh variabel lain (moderating effect). Pengujian ini memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen secara signifikan, serta apakah keberadaan variabel moderasi memiliki peran dalam memperkuat atau justru memperlemah hubungan antara variabel-variabel tersebut. Pendekatan ini sangat bermanfaat terutama dalam model yang kompleks dan melibatkan banyak

konstruk, karena mampu menjelaskan mekanisme hubungan antar konstruk dengan mempertimbangkan kontribusi dari variabel interaksi.

3.7.5 R-Squared

R-Square (R^2) dapat digunakan untuk menilai sejauh mana variabel laten dalam suatu model mampu menjelaskan variasi dari variabel-variabel indikator yang berkaitan dengannya (Hair et al., 2014).

Tabel 3. 5 Kriteria R-Squared

R - Squared	Rule Of Thumb
0,25	Model dinyatakan lemah
0,50	Model dinyatakan moderat
0,75	Model dinyatakan kuat

Sumber: Hair et al. (2014)

3.7.6. F-Square

F-Square merupakan salah satu ukuran statistik dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh prediktif variabel laten terhadap variabel endogen dalam model. Adapun kriteria F-Square adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Kriteria F-Squared

Kriteria	Rule Of Thumb
F-Square	$F > 0,35$ (Dinyatakan besar)
	$F > 0,15$ (Dinyatakan sedang)
	$F > 0,02$ (Dinyatakan kecil)

Sumber: Hair et al. (2014)

3.8 Uji Hipotesis

Menurut Hair et al. (2017), peneliti disarankan untuk melakukan pemeriksaan ulang terhadap parameter-parameter yang merepresentasikan sebuah hipotesis. Berikut ini adalah tahapan yang harus dilakukan agar model yang digunakan valid dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

1. **P-Value** digunakan untuk menguji apakah suatu hipotesis memiliki pengaruh atau tidak. Syarat utama dalam pengujian ini adalah nilai p-Value harus kurang dari 0,05. Jika nilai p-Value lebih tinggi dari angka tersebut, maka kemungkinan terjadi kesalahan (error) dalam pengujian
2. **T-Statistic** dipakai untuk menguji signifikansi koefisien regresi atau untuk membandingkan rata-rata dari dua kelompok. Uji ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai t-Statistic harus lebih besar dari 1,64 untuk pengujian satu arah (single-tailed) dan lebih besar dari 1,96 untuk pengujian dua arah (two-tailed).

