

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Pengguna YouTube Music yang berasal dari Generasi Z dan Milenial di wilayah Indonesia, serta telah menggunakan aplikasi YouTube Music minimal tiga kali dalam satu bulan terakhir, menjadi objek dalam penelitian ini. Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada temuan bahwa kedua generasi tersebut merupakan kelompok pengguna yang paling aktif dalam mengonsumsi layanan streaming musik. Selain itu, data juga menunjukkan bahwa meskipun mereka sering menggunakan YouTube Music, sebagian besar pengguna masih memilih layanan gratis dan tidak berlangganan layanan premium. Kondisi ini selaras dengan fenomena “*satisfied but no payment*” yang dijelaskan oleh penelitian (Sae-tae & Wang, 2024), sehingga menjadikan pengguna YouTube Music sebagai objek yang tepat untuk diteliti dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi nilai yang dirasakan, kepuasan, serta keputusan untuk membeli layanan premium.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Menurut Creswell (2014), desain penelitian: pendekatan kuantitatif, kuantitatif, dan pendekatan campuran. Publikasi SAGE Dengan kata lain, desain penelitian mencakup jenis penelitian yang akan dilakukan, metode pengumpulan data, analisis, dan interpretasi data, serta bagaimana penelitian akan diorganisasikan dan dirancang.

##### **3.2.1 Jenis Desain Penelitian**

Jenis Desain Penelitian dibagi menjadi 3 menurut (Rose et al., 2023) dalam bukunya *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* yaitu :

1. Penelitian Kualitatif (*Qualitative Research*)

Pada penelitian ini berfokus pada pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena tertentu yang tidak dapat dijelaskan melalui angka.

Pendekatan ini juga lebih mengutamakan proses dan konteks, serta menggunakan data yang berbentuk kata-kata, wawancara, observasi, dan dokumen. Penelitian ini juga sering digunakan untuk menggali suatu perspektif subjektif dari individu ataupun kelompok dalam situasi alami.

## 2. Penelitian Kuantitatif (*Quantitative Research*)

Penelitian kuantitatif memiliki tujuan untuk mengukur suatu variabel dan menguji hubungan atau perbedaan antar variabel-variabel tersebut dengan menggunakan data yang numerik. Pendekatan ini juga sering digunakan untuk melakukan uji hipotesis ataupun teori yang menggunakan instrumen pengukuran yang valid dan reliabel.

Penulis menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei kuesioner untuk menguji fenomena perilaku pengguna YouTube Music. Penelitian ini bersifat *cross-sectional*, di mana pengumpulan data dilakukan pada satu waktu tertentu dan teknik pengumpulan data yang digunakan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria inklusi, menggunakan skala Likert 1–5 untuk memastikan responden dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan persepsi dan pengalaman mereka. Desain ini dipilih karena mampu menggambarkan hubungan antar variabel seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, *Perceived Value*, *Satisfaction*, *Continuance Intention*, dan *Purchase Intention* secara sistematis serta dapat dianalisis dengan metode statistik menggunakan SEM-PLS.

### 3.2.2 Data Penelitian

Dalam proses penelitian, desain penelitian digunakan sebagai kerangka kerja yang menjelaskan bagaimana data diperoleh untuk menjawab pertanyaan penelitian. (Rose et al., 2023) menjelaskan bahwa sumber data penelitian terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Sumber Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui instrumen penelitian untuk menjawab permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari respons pengguna YouTube Music terhadap kuesioner yang dibagikan secara online menggunakan skala Likert 1–5.
- b. Sumber Data Sekunder, yaitu data yang telah tersedia sebelumnya dan dikumpulkan oleh pihak lain dengan tujuan yang berbeda dari penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder digunakan untuk memperkuat pemahaman teoritis dan mendukung hasil penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel penelitian terdahulu, laporan industri musik digital, serta berbagai sumber literatur yang relevan dengan perilaku pengguna platform streaming musik.

Penelitian ini menggunakan data primer berupa tanggapan responden yang telah menggunakan aplikasi YouTube Music minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir. Selain itu, data sekunder digunakan untuk mendukung pemahaman konsep seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived enjoyment*, *perceived value*, *satisfaction*, *continuance intention*, dan *purchase intention* yang dijelaskan dalam berbagai jurnal dan literatur akademik. Kombinasi data primer dan sekunder ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perilaku pengguna YouTube Music dalam konteks layanan streaming musik berbasis freemium.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan seluruh kelompok individu, objek, ataupun kejadian yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan topik penelitian dan menjadi fokus penelitian tersebut. Menurut (Rose et al., 2023), populasi adalah sekumpulan elemen yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan untuk penelitian.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pengguna YouTube Music di Indonesia karena sebagian besar masyarakat Indonesia merupakan pengguna layanan digital yang paling aktif dan paling banyak menggunakan platform streaming musik.

### 3.3.2 *Sampling Frame*

Sampling frame merupakan daftar atau data yang memuat unsur-unsur populasi sasaran yang menjadi dasar penarikan sampel dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, tidak tersedia daftar pasti yang memuat seluruh pengguna YouTube Music sesuai dengan kriteria penelitian, sehingga *sampling frame* tidak dapat ditetapkan. Ketiadaan sampling frame menyebabkan penelitian ini tidak memungkinkan untuk menggunakan teknik *probability sampling* karena setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (*purposive sampling*).

### 3.3.3 Sampling Technique

Menurut (Jr et al., 2018) sampel merupakan sekumpulan individu, objek, ataupun unit yang dipilih dari populasi untuk digunakan dalam penelitian untuk mewakili populasi yang lebih besar, sehingga peneliti dapat mengumpulkan data dan disinyalir tanpa harus mengkaji seluruh populasi. Terdapat 2 teknik Sampling yaitu,

- a. *Probability Sampling* adalah pengambilan sampel di mana setiap elemen populasi memiliki peluang yang tetap untuk menjadi sampel.
- b. *Non-Probability Sampling*, juga dikenal sebagai sampling non-probabilitas, adalah metode pengambilan sampel yang bergantung pada pendapat pribadi peneliti daripada proses pengambilan sampel secara kebetulan. Ada empat metode sampling non-probabilitas, yaitu,

1. *Convenience Sampling* merupakan sampel yang dipilih berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan. Teknik ini sering digunakan ketika peneliti memiliki keterbatasan waktu atau sumber daya.
2. *Purposive (Judgemental) Sampling* merupakan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau tujuan tertentu, biasanya memiliki pengetahuan atau karakteristik yang relevan dengan fenomena yang sedang diteliti.
3. *Snowball Sampling* merupakan teknik yang digunakan ketika anggota populasi yang sulit dijangkau, dan peneliti meminta peserta yang sudah ada untuk merekomendasikan atau menghubungkan peneliti dengan peserta lainnya. Biasanya digunakan dalam studi yang melibatkan kelompok dengan karakteristik langka atau tersembunyi.
4. *Quota Sampling* merupakan pembagian populasi menjadi subkelompok tertentu dan kemudian memilih sampel berdasarkan kuota yang telah ditentukan sebelumnya. Biasanya, subkelompok tersebut dipilih berdasarkan karakteristik demografis tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Metode ini dipilih karena peneliti membutuhkan responden yang benar-benar relevan dengan fokus penelitian, yaitu pengguna aktif YouTube Music yang mengetahui layanan premium namun belum tentu berlangganan.

#### 3.3.4 *Sampling Size*

Dalam penelitian ini jumlah responden yang diperlukan untuk dijadikan sampel diambil berdasarkan seorang ahli yang bernama (Jr et al., 2018). Dalam jurnalnya ia mengatakan bahwa ukuran sampel yang valid harus dikalikan dari jumlah indikator yang digunakan. Selain itu terdapat

minimal responden sebanyak 100 orang dan nilai Cronbach Alpha harus >0,05. Berdasarkan teori yang sudah dikemukakan

$$\text{Total Sample} = \text{Jumlah Indikator} \times 5$$

$$= 30 \times 5 = 150$$

Oleh karena itu, pada penelitian ini akan mengambil sebanyak total sampel sebanyak atau minimal 150 responden untuk dapat menguji dan/atau membuktikan penelitian ini.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini, peneliti menjelaskan terkait metode yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini. Teknik pengumpulan data ini dipergunakan untuk memperoleh informasi yang dapat mampu menggambarkan kondisi sebenarnya dan mendukung analisis yang dilakukan. Teknik pengumpulan dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Data Primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber utama yang sudah di targetkan untuk menjawab dari tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan khusus untuk penelitian yang sedang dilakukan sehingga bersifat aktual dan relevan dengan variabel yang diteliti.
2. Data Sekunder merupakan data yang sudah tersedian dan dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan selain penelitian. Data ini meliputi berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, laporan keuangan, artikel dan publikasi dari lembaga.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer sebagai alat untuk bisa menjangkau para responden tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Dengan menggunakan *google form* sebagai alat bantu untuk mendapatkan responden dan memanfaatkan berbagai media sosial yang ada untuk menyebar kuesioner. Kuesioner mengandung beberapa pertanyaan sesuai dengan variabel yang diteliti dan dijawab dengan menggunakan skala likert 1-5.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

No	Variable	Definisi	English Original	Indikator	Sumber	Skala
1	<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	Tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi atau sistem akan memberikan manfaat nyata, seperti peningkatan kinerja, efisiensi, produktivitas, atau efektivitas dalam mencapai tujuan tertentu.	<p><i>I find your current music streaming services useful.</i></p> <p><i>Using music streaming services increases my productivity.</i></p> <p><i>My interaction with music streaming services is clear and understandable.</i></p> <p><i>Music streaming services provide a variety of music.</i></p> <p><i>I can acquire music information more easily through music streaming services.</i></p>	<p>1. Saya merasa layanan Youtube Music yang saya gunakan sangat bermanfaat.</p> <p>2. Dengan menggunakan layanan Youtube Music dapat meningkatkan produktivitas saya.</p> <p>3. Interaksi saya dengan layanan Youtube Music sangat jelas dan mudah dipahami.</p> <p>4. Youtube Music menyediakan berbagai macam fitur yang bernilai bagi saya.</p> <p>5. Saya dapat memperoleh informasi musik dengan lebih</p>	(Davis, 1989; Sae-tae & Wang, 2024)	Skala Likert (1-5)

No	Variable	Definisi	English Original	Indikator	Sumber	Skala
				mudah melalui layanan Youtube Music.		
2	<i>Perceived ease of Use (PEOU)</i>	Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi tidak memerlukan banyak usaha. Semakin mudah sistem digunakan, semakin besar kemungkinan seseorang akan menerimanya.	<p><i>1. Every feature and functions in music streaming services are easy to understand.</i></p> <p><i>2. Music streaming services are simple to use, even when using it for the first time.</i></p> <p><i>3. It is easy to find the music information I need from music streaming services.</i></p> <p><i>4. The structure and contents of music streaming services are easy to understand.</i></p> <p><i>5. I find my current music streaming services flexible to interact with (Customized play list or theme).</i></p>	<p>1. Setiap fitur dan fungsi dalam Youtube Music dapat dengan mudah dipahami.</p> <p>2. Setiap fungsi dalam Youtube Music dapat dengan mudah dipahami.</p> <p>3. Layanan Youtube Music dapat dengan mudah digunakan, bahkan bagi pengguna baru.</p> <p>4. Mudah bagi saya untuk menemukan informasi yang saya butuhkan di aplikasi Youtube Music.</p>	(Davis, 1989; Fred D. Davis & Viswanath, 2000)	Skala likert (1-5)

No	Variable	Definisi	English Original	Indikator	Sumber	Skala
				5. Tampilan konten Youtube Music sangat mudah untuk dipahami. 6. Saya merasa layanan Youtube Music sangat fleksibel untuk digunakan (seperti daftar putar atau tema yang dapat disesuaikan).		
3.	<i>Perceived Enjoyment (PE)</i>	Tingkat kesenangan, kenikmatan, atau kepuasan intrinsik yang dirasakan seseorang ketika menggunakan suatu sistem atau teknologi, tanpa mempertimbangkan manfaat praktis atau	<i>1. I have fun interacting with music streaming services.</i> <i>2. Using music streaming services provides me with much enjoyment.</i> <i>3. I enjoy using music streaming services.</i> <i>4. I am excited when using music streaming services.</i>	1. Saya menikmati pengalaman mendengarkan musik di YouTube Music. 2. Fitur rekomendasi lagu membuat saya lebih senang menggunakan Youtube Music. 3. Saya merasa terhibur saat menggunakan Youtube Music. 4. Saya merasa pengalaman mendengarkan di aplikasi	(Hamari et al., 2017; Venkatesh et al., 2016)	Skala Likert (1-5)

No	Variable	Definisi	English Original	Indikator	Sumber	Skala
		hasil kinerja yang mungkin diperoleh.		Youtube Music sangat menyenangkan.		
4.	<i>Perceived value (PV)</i>	Penilaian subjektif pengguna terhadap manfaat yang diterima dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan dalam menggunakan suatu produk atau layanan.	<p><i>1. Music streaming services are valuable to me.</i></p> <p><i>2. I would consider music streaming services to be a good value.</i></p> <p><i>3. Music streaming services are considered to be a good buy.</i></p> <p><i>4. Music streaming services help everyone enjoy the music of each culture freely.</i></p>	<p>1. Menurut saya, fitur yang ditawarkan Youtube Music sesuai dengan biaya langgannya.</p> <p>2. Saya merasa mendapatkan nilai yang baik dari versi gratis/premium YouTube Music.</p> <p>3. Menurut saya manfaat yang ditawarkan dari aplikasi Youtube Music ini lebih besar daripada harga yang saya bayarkan.</p> <p>4. Menurut saya, secara keseluruhan layanan Youtube</p>	(Kazemi et al., 2015); (Sae-tae & Wang, 2024)	Skala Likert (1-5)

No	Variable	Definisi	English Original	Indikator	Sumber	Skala
				Music sangat bernilai bagi saya.		
5.	<i>Satisfaction (SAT)</i>	Evaluasi emosional pengguna yang timbul setelah membandingkan harapan awal dengan pengalaman aktual terhadap suatu produk atau layanan.	<p><i>1. I think that I made the correct decision to use music streaming services</i></p> <p><i>2. The experience that I have had with music streaming services has been satisfactory.</i></p> <p><i>3. In general terms, I am satisfied with the way that my streaming services have worked.</i></p> <p><i>4. In general, I am satisfied with the services I have received from my streaming services.</i></p>	<p>1. Saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan YouTube Music.</p> <p>2. Platform Youtube Music ini sangat memenuhi ekspektasi saya sebagai layanan streaming musik.</p> <p>3. Saya merasa puas dengan kualitas suara dan stabilitas dari aplikasi Youtube Music.</p> <p>4. Saya merasa puas dengan personalisasi rekomendasi lagu dari aplikasi Youtube Music.</p>	(L, Richard, 1980); (Bhattacherjee, 2011)	Skala Likert (1-5)

No	Variable	Definisi	English Original	Indikator	Sumber	Skala
6.	<i>Continuance Intention to Use (CI)</i>	Niat pengguna untuk terus menggunakan suatu sistem atau layanan di masa depan setelah mengalami manfaat dan kepuasan dari penggunaan sebelumnya.	<p><i>1. I plan to use music streaming services on along-term basis.</i></p> <p><i>2. I intend to use music streaming services frequently.</i></p> <p><i>3. I will continue to use music streaming services rather than to use alternative (Traditional TV, Radio)</i></p>	<p>1. Saya berencana terus menggunakan aplikasi YouTube Music ke depannya.</p> <p>2. Saya tidak berencana beralih ke platform lain dalam waktu dekat.</p> <p>3. Saya akan tetap menggunakan Youtube Music walaupun ada alternatif lain.</p> <p>4. Saya akan merekomendasikan Youtube Music kepada orang lain.</p>	Bhattacherjee (2001); Sae-tae & Wang (2023)	Skala Likert (1-5)
7.	<i>Purchase Intention (PI)</i>	Tingkat keinginan, kemauan, atau rencana pengguna untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau layanan di masa	<p><i>1. The likelihood that I would pay for music streaming services is high.</i></p> <p><i>2. My willingness to buy music streaming services is very high.</i></p>	<p>1. Saya berniat untuk berlangganan versi premium YouTube Music.</p> <p>2. Saya akan mempertimbangkan untuk membayar layanan tanpa iklan</p>	Sae-tae & Wang (2023); Kim & Lee (2022)	Skala Likert (1-5)

No	Variable	Definisi	English Original	Indikator	Sumber	Skala
		depan, yang dalam konteks layanan digital berarti niat untuk berlangganan atau membayar fitur premium.	<i>3. In the near future, I would consider purchasing music streaming services.</i>	aplikasi Youtube Music. 3. Dalam waktu dekat, saya mempertimbangkan untuk membeli layanan streaming musik.		

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### **3.6 Teknik Analisis Data**

#### **3.6.1 Uji Pre-Test**

Penelitian ini melaksanakan uji pre-test dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada sejumlah responden dalam jumlah terbatas sebelum pelaksanaan survei utama (*main test*). Tujuan pre-test ini adalah untuk mengevaluasi kelayakan dan kejelasan setiap indikator pertanyaan yang akan digunakan pada pengumpulan data penelitian utama.

Kuesioner pre-test disebarluaskan kepada 30–40 responden yang memenuhi kriteria sebagai pengguna YouTube Music dengan rentang usia Generasi Z dan Milenial, serta telah menggunakan layanan *streaming* musik tersebut secara aktif dalam aktivitas sehari-hari. Hasil uji pre-test digunakan sebagai dasar untuk memastikan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi aspek validitas dan reliabilitas sebelum digunakan pada tahap penelitian utama.

#### **3.6.2 Uji Instrumen**

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan kuesioner mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Uji Pre-test bertujuan menilai kelayakan indikator agar instrumen yang digunakan pada survei utama memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas.

##### **3.6.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator pertanyaan dalam kuesioner mampu merepresentasikan konstruk atau variabel yang diteliti, yaitu *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Perceived Value (PV)*, *Satisfaction (SAT)*, *Continuance Intention (CI)*, dan *Purchase Intention (PI)*. Pengujian validitas dilakukan melalui analisis faktor menggunakan perangkat lunak IBM SPSS. Kriteria pengukuran validitas merujuk pada Malhotra (2017) dengan ketentuan sebagai berikut:

No.	Ukuran Validitas	Kriteria
1	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO)</i> digunakan untuk mengukur kecukupan sampel serta kelayakan data untuk dianalisis menggunakan analisis faktor.	Dinyatakan <b>VALID</b> apabila $KMO \geq 0.5$
2	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> berfungsi untuk menguji apakah terdapat korelasi yang signifikan antar indikator.	Dinyatakan <b>VALID</b> apabila $Sig. < 0.05$
3	<i>Anti-image Correlation Matrix</i> digunakan untuk mengukur kelayakan masing-masing indikator	Dinyatakan <b>VALID</b> apabila $MSA \geq 0.5$
4	<i>Factor Loading (Component Matrix)</i> digunakan untuk menilai kekuatan hubungan antara indikator dan variabel yang diwakilinya.	Dinyatakan <b>VALID</b> apabila $CM \geq 0.5$

**Tabel 3.2 Ketentuan Uji Validitas IBM SPSS**

### 3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi jawaban responden terhadap seluruh indikator dalam setiap variabel penelitian. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha melalui IBM SPSS. Mengacu pada (Jr et al., 2018), suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,70$ . Nilai ini menunjukkan bahwa indikator dalam satu variabel saling berkorelasi dengan baik dalam mengukur konsep yang sama secara konsisten.

Kategori	Indeks	Kriteria
Chronbach's Alpha	Chronbach's Alpha	Dinyatakan <b>VALID</b> apabila Chronbach's Alpha > 0 .6

**Tabel 3.3 Ketentuan Uji Reliabilitas IBM SPSS**

### 3.6.3 Analisis Data Menggunakan SEM-PLS

#### 3.6.3.1 Measurement (Outer) Model

Measurement outer model dilakukan untuk menilai kualitas instrumen penelitian dalam mengukur setiap variabel laten pada model penelitian. Tujuan utama pengujian outer model adalah memastikan bahwa indikator yang digunakan memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai sehingga mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara akurat. Dalam penelitian ini, evaluasi outer model dilakukan menggunakan pendekatan SEM-PLS melalui perangkat lunak SmartPLS, dengan kriteria pengujian meliputi *convergent validity*, *discriminant validity*, serta *reliability* (Hair et al., 2017).

##### 1. *Convergent Validity*

**Convergent validity** digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana indikator dalam satu konstruk memiliki tingkat keterkaitan yang tinggi dalam mengukur variabel yang sama. Pengujian dilakukan melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Menurut Hair et al. (2017), indikator dinyatakan valid apabila nilai *outer loading*  $\geq 0,70$ , sedangkan nilai AVE minimal sebesar  $\geq 0,50$ . Apabila terdapat indikator dengan nilai *outer loading* berada pada kisaran  $0,50\text{--}0,70$ , indikator tersebut masih dapat dipertahankan selama nilai AVE konstruk tetap memenuhi kriteria serta indikator didukung oleh landasan teori yang kuat.

##### 2. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* digunakan untuk memastikan bahwa suatu konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Pengujian dilakukan melalui analisis *cross loading* dan nilai *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT). Menurut Henseler, Ringle, dan Sarstedt (2015), suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai HTMT berada di bawah batas toleransi  $< 0,90$ , yang menunjukkan bahwa indikator pada suatu variabel lebih kuat mengukur konstruk asalnya dibandingkan konstruk lain.

### 3. Reliability

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal indikator-indikator dalam mengukur konstruk laten. Reliabilitas dinilai melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR). Mengacu pada Hair et al. (2017), suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memperoleh nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,70$  dan *Composite Reliability*  $\geq 0,70$ . Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator memiliki kestabilan serta konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian.

No	Kategori	Parameter	Kriteria
1	<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer Loadings</i>	$OL \geq 0.7$
		<i>Average Variances Extracted</i>	$AVE \geq 0.5$
2	<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading Factor</i>	$CLF \geq 0.7$
		<i>Fornell Lacker</i>	$\sqrt{AVE} > $ korelasi variabel lain
3	<i>Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	$CA \geq 0.7$
		<i>Composite Reliability</i>	$Rho_c \geq 0.7$

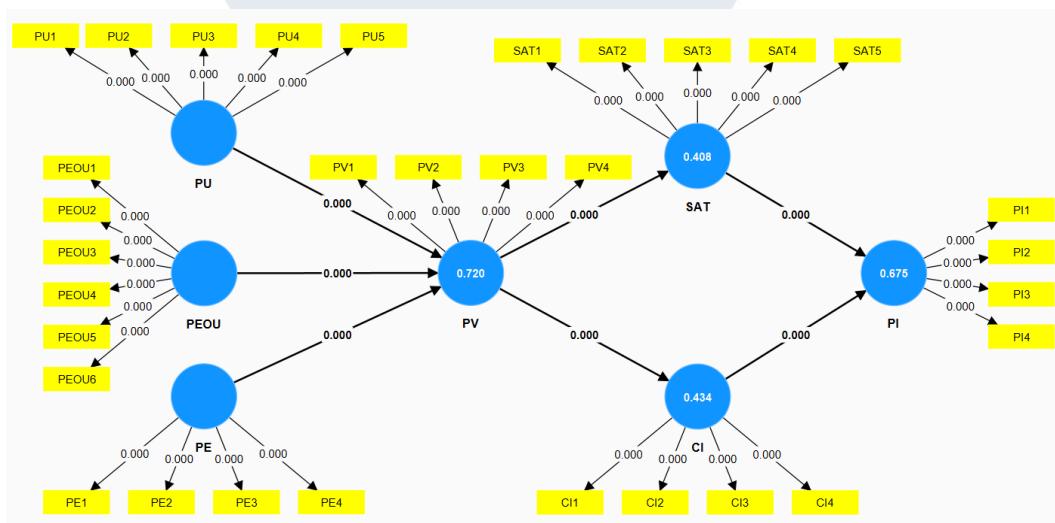
**Tabel 3.4 Measurement Model**

#### 3.6.3.2 Structural (*Inner*) Model

Structural inner model dilakukan untuk melihat bagaimana hubungan antar variabel dalam penelitian saling memengaruhi satu sama lain serta untuk menguji hipotesis yang telah dibuat. Pada penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Proses evaluasi model mengikuti panduan dari Hair et al. (2019) agar hasil analisis yang diperoleh akurat dan dapat dipercaya.

Kategori	Indikator
R <sup>2</sup>	0,75 → Kuat 0,50 → Sedang 0,25 → Lemah

Tabel 3.5 Structural Model



Gambar 3.1 Model Keseluruhan Penelitian  
Sumber: Data Personal (2025)

### 3.7 Uji Hipotesis

#### 1. Path Coefficient

Uji *path coefficient* digunakan untuk melihat besar dan arah pengaruh antar variabel dalam model penelitian. Nilai koefisien menunjukkan apakah hubungan antar variabel bersifat positif (searah) atau negatif (berlawanan)

arah). Semakin besar nilai koefisien jalur, maka semakin kuat pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya (Hair et al., 2019).

## 2. *T-Statistic*

Uji t-statistic bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh antar variabel tersebut signifikan atau tidak. Nilai *t-statistic* diperoleh melalui proses bootstrapping menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Menurut Hair et al. (2017), suatu hubungan dianggap signifikan apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 pada tingkat kepercayaan 95%.

## 3. *P-Value*

*P-value* digunakan untuk menilai tingkat signifikansi hasil pengujian hipotesis. Suatu hipotesis dinyatakan diterima jika nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05, yang berarti pengaruh antar variabel terbukti signifikan. Sebaliknya, jika nilai *p-value* lebih besar atau sama dengan 0,05, maka hipotesis dinyatakan tidak terbukti signifikan (Hair et al., 2019).

Kategori	Indikator
$\beta$ -Coefficients	Nilai $\beta \geq 0$ menunjukkan hubungan positif antar variabel, sedangkan $\beta \leq 0$ menunjukkan hubungan negatif.
<i>P-values</i>	$P\text{-value} \geq 0,05$ berarti $H_0$ diterima (tidak terdapat pengaruh signifikan). $P\text{-value} \leq 0,05$ berarti $H_0$ ditolak (terdapat pengaruh signifikan).
<i>T-values</i>	Hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai $t > 1,64$ (one-tailed) atau $t > 1,96$ (two-tailed).

**Tabel 3.6 Uji Hipotesis**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA