

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif. Studi asosiatif bertujuan untuk menemukan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, peneliti berupaya mengungkap peran, pengaruh, serta hubungan sebab-akibat antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).¹

Pendekatan kuantitatif, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono, merupakan pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Pendekatan ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dengan cara mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, kemudian dianalisis menggunakan metode statistik kuantitatif. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.²

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis secara numerik bagaimana *product quality* serta kepercayaan konsumen dapat memengaruhi minat beli ulang terhadap produk halal *skincare* serum hanasui. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen berperan sebagai variabel mediasi guna mengamati dampaknya terhadap hubungan antara kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan minat beli ulang pada siswi MAN 3 Kota Padang.

¹ Pangestu, "Metode Penelitian, PT Karetapi Indonesia Kota Bandung," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

² Sugiyono, "Implementasi Program Diklat Berjenjang Tingkat Dasar Dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kompetensi Pendidik PAUD Universitas Pendidikan Indonesia," 2019, 23.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 3 Kota Padang, berlokasi di Balai Gadang, Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena mereka cenderung terpapar tren kecantikan dan terpengaruh oleh media sosial terutama siswi MAN 3 Kota Padang. Pemilihan MAN 3 Kota Padang diharapkan dapat memberikan gambaran yang representatif mengenai minat beli ulang produk halal *skincare* serum hanasui di kalangan remaja perempuan dalam lingkungan sekolah.

2. Waktu

Waktu pelaksanaan penelitian ini didasarkan pada jadwal kegiatan penelitian, mulai dari penyusunan proposal, pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, hingga analisis hasil dan penyelesaian penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada Oktober 2024 – Mei 2025

C. Variabel Penelitian

Variabel adalah atribut dari objek yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Komponen ini penting dalam membuat kesimpulan. Variabel dapat diartikan sebagai karakteristik, sifat, atau kondisi yang ada pada seseorang atau objek tertentu. Berdasarkan hubungan antar variabel, variabel dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:³

1. Variabel Bebas (Variabel Independen/ Variabel Eksogen)

Variabel independen, atau sering disebut sebagai variabel bebas, adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab munculnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, yang

³ Nurul Aziza, "Metodologi Penelitian 1 : Deskriptif Kuantitatif," *ResearchGate*, no. July (2023): 166–78.

menjadi variabel independen adalah: Product Quality (X_1) dan Kepercayaan Konsumen (X_2).

2. Variabel Terikat (Variabel Devenden/ Variabel Endogen)

Variabel dependen, juga dikenal sebagai variabel terikat, adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil dari variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Minat Beli Ulang Produk Halal *Skincare*.

3. Variabel Mediasi (Z)

Variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, menjadikannya hubungan tidak langsung dan sulit diamati atau diukur. Dalam penelitian ini, variabel mediasi adalah Kepuasan Konsumen.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto yang dikutip oleh Guidelines, populasi adalah keseluruhan subjek dalam suatu penelitian. Dengan demikian, populasi dapat diartikan sebagai kumpulan elemen atau individu yang memiliki informasi yang diperlukan oleh peneliti, dan hasil dari penelitian tersebut akan memberikan kesimpulan inferensial untuk populasi tersebut.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 3 Kota Padang yang berdomisili di Kota Padang dan pernah atau sedang menggunakan produk halal *skincare* serum hanasui.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti dan berfungsi sebagai representasi dari populasi tersebut. Penggunaan sampel mempermudah peneliti dalam melaksanakan penelitian,

⁴ Guidelines, "Populasi Kependudukan Dan Kebijakan UGM," 2020.

serta memungkinkan pengambilan data dilakukan dengan lebih teliti dan cermat.⁵

Sampel adalah sejumlah elemen data yang menjadi perwakilan dari populasi objek penelitian, digunakan dalam penelitian karena adanya keterbatasan yang dihadapi, seperti biaya, waktu, tenaga, serta keragaman atau keseragaman elemen populasi tersebut.⁶

Menurut Hair et al. yang dikutip oleh Manotar Tampubolon, menyarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5 hingga 10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi.⁷ Menurut Ferdinand yang dikutip oleh I Gusti Bagus Rai Utama, jumlah sampel ditentukan dengan mengalikan 5-10 dengan jumlah indikator ditambah jumlah variabel laten.⁸ Pada penelitian ini, terdapat sejumlah indikator penelitian sebanyak 23, sehingga:

- a. Jumlah sampel minimum: $6 \times 23 = 138$
- b. Jumlah sampel maksimum: $10 \times 23 = 230$

Berdasarkan nilai rata-rata dari jumlah sampel minimum dan jumlah sampel maksimum didapatkan sampel penelitian ini sebanyak 184 sampel. Oleh karena itu, pada penelitian ini sampel penelitian dibulatkan menjadi 180 orang untuk menjadi sampel penelitian agar lebih bisa mewakili populasi pada penelitian yang dilakukan ini. Sesuai Sugiyono, ukuran sampel yang dianggap layak dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500 sampel.⁹

⁵ Nur Fadilah Amin et al., "KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN" 14, no. 1 (2023): 15–31.

⁶ Rini Susanti, "Sampling Dalam Penelitian Pendidikan," *Jurnal Teknodik*, no. 16 (2019): 187–208.

⁷ Manotar Tampubolon, "Metode Penelitian Metode Penelitian," *Metode Penelitian Kualitatif* 3, no. 17 (2023): 43.

⁸ Universitas Dhyana and Pura Bali, "Teknik Sampling Dan Penentuan Jumlah Sampel," no. January (2016): 20.

⁹ Iii, "Populasi, Sampling, Dan Teknik Sampling," *Jurnal Article*, 2020, 36–45.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*, di mana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, dan probabilitas pemilihan anggota tertentu tidak diketahui.¹⁰ Teknik ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan responden sebagai sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.¹¹ Beberapa kriteria responden, yaitu:

- a. Siswi MAN 3 kota padang.
- b. Pernah atau sedang menggunakan produk halal *skincare* serum hanasui.

E. Sumber Data

Sumber data merupakan tempat pengambilan data dalam suatu penelitian.¹² Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data utama yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian.¹³ Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dari responden, yaitu siswi MAN 3 Kota Padang yang Pernah atau sedang memakai produk halal *skincare* khususnya serum hanasui, melalui kuesioner atau Google Form.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang berfungsi untuk melengkapi kekurangan data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, kajian literatur, dan sumber lainnya.

¹⁰ Deri Firmansyah, "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian : Literature Review General Sampling Techniques in Research Methodology : Literature Review" 1, no. 2 (2022): 85–114.

¹¹ Dhyana and Bali, "Teknik Sampling Dan Penentuan Jumlah Sampel."

¹² Mustofa, "Metode Penelitian Dengan NPF Dan Roa," *Jurnal*, 2015, 1–9.

¹³ Rahman, *Metode Pengumpulan Data Sekunder, Asik Belajar*, 2022.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merujuk pada metode yang digunakan untuk memperoleh informasi atau fakta yang ada di lapangan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yaitu sekumpulan pertanyaan yang berkaitan dengan topik tertentu yang akan diberikan kepada sekelompok individu untuk mendapatkan data.¹⁴ Data kuesioner yang dikumpulkan berupa angket menggunakan skala Likert sebagai acuan pengukuran.

Tabel 3. 1 Penentuan Skor Menggunakan Skala *Likert*

Skala	Penjelasan	Skor
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup setuju	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

*Sumber: Weksi Budiaji, Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert.*¹⁵

¹⁴ M.Pd.I. Mukhamad Fathoni, *Teknik Pengumpulan Data Penelitian, Jurnal Keperawatan*, 2019.

¹⁵ Weksi Budiaji, "LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale)" 2, no. July (2021): 127–33.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan yang melibatkan pemahaman terhadap berbagai buku referensi dan hasil penelitian sejenis yang bermanfaat untuk memperoleh landasan teori terkait dengan permasalahan yang akan diteliti.¹⁶

G. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh I Komang Sukendra dan I Kadek Surya Atmaja, instrumen penelitian adalah sarana yang digunakan untuk mengamati dan mengukur fenomena alam maupun sosial.¹⁷ Dalam penelitian ini, instrumen penelitian berbentuk kuesioner atau angket yang disusun oleh peneliti dan diberikan kepada responden. Instrumen tersebut dirancang untuk menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan *skala likert*. Weksi Budiaji dalam penelitiannya, menyatakan bahwa *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terkait suatu peristiwa atau fenomena sosial.

¹⁶ Novita Eka Nurjanah and Tsali Tsatul Mukarromah, "Metode Penelitian Kepustakaan," *Media Sains Indonesia* 6, no. 1 (2021): 66–77.

¹⁷ I Komang Sukendra and I Kadek Surya Atmaja, *Instrumen Penelitian*, 2020.

H. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Minat Beli Ulang	Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku konsumen di mana kesesuaian antara performa produk atau kepercayaan yang ditawarkan perusahaan mendorong minat konsumen untuk menggunakannya kembali di masa depan.	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Likert
Product Quality	Kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik yang dapat memenuhi kebutuhan, baik yang tersurat maupun tersirat.	1. Bentuk 2. Fitur 3. Penyesuaian 4. Kualitas kinerja 5. Kualitas kesesuaian 6. Ketahanan 7. Gaya 8. Desain	Likert
Kepercayaan Konsumen	Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen serta	1. Integritas 2. <i>Benevolence</i> (kebaikan hati)	Likert

	kesimpulan yang dibuat mengenai suatu objek, atribut, dan manfaatnya.	3. <i>Competency</i> (kompetensi) 4. <i>predictability</i> (konsisten)	
Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai keselarasan antara kinerja produk dan kepercayaan yang diterima dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.	1. Terpenuhinya harapan konsumen 2. Sikap atau keinginan menggunakan produk 3. Merekomendasikan kepada pihak lain 4. Kualitas layanan 5. Loyalitas 6. Reputasi yang baik 7. Lokasi	

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah tahapan dalam mengolah data menjadi informasi yang berupa hasil penelitian.¹⁸ Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Analisis deskriptif ini merupakan analisis yang dijalankan dengan mengumpulkan, mengolah, menampilkan serta menafsirkan data

¹⁸ Reza Akbar, U. Sulia Sukmawati, and Khairul Katsirin, "Analisis Data Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Pelita Nusantara* 1, no. 3 (2024): 430–48.

agar diperoleh gambaran yang mudah dimengerti terhadap masalah yang diuji.¹⁹

2. Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM)

Analisa data dilaksanakan dengan metode SEM-PLS pada software SmartPLS 3.0. Penetapan metode ini berdasarkan pertimbangan pada penelitian yang memiliki empat variabel laten yang dibangun dengan indikator tertentu.

Didalam ilmu sosial, *Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan salah satu jenis analisis multivariat, yaitu dengan menerapkan teknik statistic untuk menganalisis beberapa variabel penelitian secara simultan dan serentak.²⁰ Menurut Ghozali, SEM dapat melakukan analisis jalur (*path*) pada variabel laten dengan menawarkan fleksibilitas yang tinggi pada penelitian yang menghubungkan antara teori dan data. Maka dari itu, para peneliti ilmu sosial sering menggunakannya.²¹

3. *Partial Least Square* (PLS)

Partial Least Square (PLS) tidak didasarkan pada banyak asumsi, sehingga merupakan suatu teknik analisa yang cukup kuat. Selain itu, persyaratan untuk analisa data ini adalah tidak perlunya data yang berdistribusi normal multivariat dan tidak perlu ukuran sampel yang cukup besar. Kemudian, PLS juga bisa diaplikasikan dalam mengonfirmasi teori. Selain bisa mengonfirmasi teori, *Partial Least Square* bisa mendeskripsikan ada atau tidak adanya korelasi antar variabel laten. Dengan demikian, menjadikan PLS lebih cocok untuk analisa data pada penelitian ini.

¹⁹ Lilih Deva Martias, "Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi," *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 16, no. 1 (2021): 40.

²⁰ Dedi Rianto Rahadi, "Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model(Pls- Sem) 2023," no. August (2023).

²¹ Mumtaz Ali, T Ramayah, and Jun-hwa Cheah, "PLS-SEM STATISTICAL PROGRAMS : A REVIEW" 5, no. 1 (2021).

Tahap analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini, yaitu :

a. *Outer Model* atau *Measurement Model*

Outer model adalah suatu model yang menghubungkan setiap blok indikator dengan variabel latennya.²² Analisis ini bertujuan menguji validitas dan reliabilitas suatu data dalam penelitian. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji kuesioner layak digunakan sebagai instrument penelitian, yaitu untuk memastikan indikator tersebut layak digunakan (valid dan reliabel).

1) Uji Validitas

Uji validitas dipakai dalam pengukuran valid atau tidak validnya angket penelitian. jika pertanyaan kuesioner bisa mengungkapkan sesuatu yang diukur, maka dapat dikatakan bahwa kuesioner itu valid.

(1) *Convergent validity*

Convergent validity bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antar indikator dengan konstruk variabel laten yang harus mempunyai korelasi tinggi. *Convergent validity* ini mengacu pada prinsip bahwa dimensi suatu konstruk harus berhubungan erat. Uji *convergent validity* berfungsi dalam membuktikan bahwa setiap indikator bisa diterima dan mampu untuk menjelaskan variabel latennya. *Convergent validity* suatu model pengukuran bisa diamati dari korelasi antar item atau indikator dengan skor konstruk. Menurut *Hair et al*, saat mengukur indikator

²² Rokhmat Subagiyo and Ahmad Syaichoni, "Pelatihan Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah," *Ahmad Dahlan Mengabdi* 2, no. 1 (2023): 24–31.

(konstruktif), indikator dikatakan valid apabila memiliki *outer loading* $> 0,7$. Tetapi, dalam *research* pengembangan skala, skala loading 0,6 sampai 0,7 tetap bisa diterima dan validitas dapat terpenuhi pada setiap variabel jika mempunyai AVE $> 0,5$.²³

(2) *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dipakai dalam mengamati indikator dari variabel laten tertentu apakah berbeda dari indikator-indikator variabel laten lainnya. Jika nilai AVE $> 0,5$ atau akar AVE $>$ lebih besar dari korelasi antara sesama variabel laten, maka indikator tersebut dianggap memenuhi validitas diskriminan.²⁴

Menurut Ghozali dan Latan, *discriminant validity* berguna sebagai metode dalam pengujian *discriminant validity* pada indikator refleksif yaitu dengan melihat nilai *cross loading*. Apabila korelasi konstruk terhadap item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya, hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran blok lebih baik dari ukuran blok lainnya. Selanjutnya, Ghozali dan Latan juga menyatakan bahwa nilai validitas diskriminan lebih besar 0,7 memiliki arti bahwa variabel laten tersebut telah menjadi pembanding yang baik untuk model.²⁵

²³ Agus Rusgiyono Esta Dewi Anggita, Abdul Hoyyi, "ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE DAN PENGELOMPOKAN DENGAN FINITE MIXTURE PLS (FIMIX-PLS) (Studi Kasus: Kemiskinan Rumah Tangga Di Indonesia 2017)" 8 (2019): 35–45.

²⁴ Andi Maulana, "Analisis Validitas, Reliabilitas, Dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa," *Jurnal Kualita Pendidikan* 3, no. 3 (2022): 133–39.

²⁵ Johnny T Amora, "Convergent Validity Assessment in PLS-SEM: A Loadings-Driven Approach," *Data Analysis Perspectives Journal* 2, no. 1 (2021): 1–6.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa konsisten dan kestabilan responden memberikan jawaban terhadap pertanyaan terkait kuesioner, khususnya pertanyaan yang berfungsi sebagai indikator suatu variabel atau konstruk. Jika pernyataan yang dibuat oleh responden dalam kuesioner bersifat stabil dan konsisten sepanjang waktu, maka pernyataan tersebut dapat dianggap sah dan dapat dipercaya.

Pengukuran reliabilitas bisa dilaksanakan dengan memakai 2 cara yaitu *composite reability* dan *cronbach's alpha*. Uji reliabilitas bisa diamati pada nilai *composite reliability* yang dipakai dalam pengukuran nilai sesungguhnya reabilitas suatu variabel. Menurut Ghozali, tingkat *composite reliability* harus lebih besar 0,7 merupakan batas yang bisa diterima untuk tingkat reabiliti, meskipun 0,6 masih dapat diterima. Selanjutnya, uji *composite reability* dipastikan melalui nilai *cronbach's alpha* jika $> 0,7$ maka bisa dikatakan reliabel.²⁶

b. *Inner Model* atau *Structural Model*

Berdasarkan *substantive theory*, *Inner model* atau disebut juga dengan *structural model* memaparkan kaitan antara variabel laten. Pengukuran inner model bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh hubungan antar variabel, serta tingkat pengaruh hubungan keseluruhan variabel dalam

²⁶ Mukrimatun Nisa, Sudarno Sudarno, and Sugito Sugito, "Moderating Structural Equation Modeling Dengan Partial Least Square Pada Pemodelan Penerimaan Dan Penggunaan Dompot Digital Di Kota Semarang," *Jurnal Gaussian* 10, no. 1 (2021): 66–75.

system yang dibangun. Evaluasi ini berdasarkan beberapa kriteria, yaitu:²⁷

1) Uji *R-Square* (R^2)

Uji R^2 (*R-Square*) atau koefisien determinasi dipakai dalam mencari persentase kontribusi variabel bebas kepada variabel terikat. Uji *R-Square* bisa dipakai dalam menjelaskan uji varian variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Jika nilai *R-Square* = 0,75 (model adalah substansi kuat), 0,50 (model adalah substansi moderate), 0,25 (model adalah substansi lemah).²⁸

2) Uji *Predictive relevan* (*Q-Square*)

Uji *Q-Square* digunakan untuk melihat besarnya signifikansi prediktif (*predictive relevance*) variabel endogen dengan indikator reflektif. *Q-Square* merupakan teknik pengukuran untuk menilai seberapa baik kualitas estimasi parameter dan nilai observasi yang dihasilkan oleh model penelitian. Kriteria dari *Q-Square* yaitu jika Q^2 besar dari 0 menandakan model mempunyai *predictive relevance* dan jika Q^2 kecil dari 0 maka menandakan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Nilai q^2 *predictive relevance* 0.02, 0.15 dan 0.35

²⁷ Rokhmad Slamet and Sri Wahyuningsih, "Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja," *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 17, no. 2 (2022): 51–58.

²⁸ Arman Canatay et al., "Reliability Assessment in SEM Models with Composites and Factors: A Modern Perspective," *Data Analysis Perspectives Journal* 3, no. 1 (2022): 1–6.

menunjukkan bahwa model itu lemah, moderate dan kuat.²⁹

3) *Effect Size (F-Square)*

Effect size (F-Square) diaplikasikan dalam menguji adanya atau tidaknya hubungan signifikan antara variabel, selain itu dipakai untuk mengetahui kuatnya pengaruh antara variabel. Menurut Chin (1998), menyatakan bahwa nilai *F-square* 0,02 mempunyai *effect size* kecil, *F-square* 0,15 mempunyai *effect size* sedang, dan *F-square* 0,35 mempunyai *effect size* besar. Menurut Sarsdest bahwa nilai yang kecil dari 0,02 dapat dabaikan dan dianggap tak memiliki pengaruh.³⁰

4) *Effect size mediasi epsilon (V)*

Perhitungan dari *effect size mediasi* dapat dihitung secara manual menggunakan *effect size mediasi epsilon (v)*. Efek size mediasi dihitung melalui perkalian kuadrat pengaruh langsung 1 dengan kuadrat pengaruh langsung 2.

Interpretasi nilai statistic *effect size mediasi epsilon (v)* mengacu kepada yang direkomendasikan oleh Cohen dalam Ogbeibu (2020) yang dikutip Yosandi (2022) dimana 0,175 (pengaruh mediasi tinggi), 0,075 (pengaruh mediasi sedang), dan 0,01 (pengaruh mediasi rendah).³¹

²⁹ Douglas G. Bonett and Thomas A. Wright, "Cronbach's Alpha Reliability: Interval Estimation, Hypothesis Testing, and Sample Size Planning," *Journal of Organizational Behavior* 36, no. 1 (2015): 3–15.

³⁰ Ni Wayan Rica A, Darnah Andi Nohe, and Rito Goejantoro, "Application of Nonparametric Statistics, with Brown-Mood Method on Multiple Linear Regression" 7 (2016): 1–8.

³¹ I Made Anom Arya Pering, "KAJIAN ANALISIS JALUR DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) SMART-PLS 3.0," *Jurnal Satyagraha* 03, no. 02 (2021): 28–48.

5) *Uji Path Coefficients* (Koefisien Jalur)

Pengukuran koefisien jalur antara konstruk dilakukan untuk mengevaluasi signifikan dan kekuatan hubungan serta untuk menguji hipotesis, apakah suatu hipotesis memiliki arah yang positif atau negatif. Nilai koefisien jalur berkisar diantara -1 sampai +1. Jika *path coefficients* mendekati +1 maka membawa hubungan kedua variabel tersebut kearah yang lebih kuat, sedangkan jika mendekati -1 menunjukkan hubungan variabel yang bersifat negatif.³²

6) *Goodness Of Fit* (GoF)

Goodness of Fit digunakan dalam menilai seberapa jauh model SEM cocok dengan data empiris yang diamati, dalam hal ini menggunakan model SRMR. SRMR merupakan *Standardized Root Mean Square Residual*. Nilai tersebut menunjukkan seberapa cocok model (*fit model*) dengan melihat selisih antar matriks korelasi data dan matriks korelasi taksiran model. Menurut *Hair*, SRMR yang mempunyai nilai kurang dari 0,08 diartikan sebagai kecocokan model. Namun, dalam Ringle (2024), nilai yang kecil dari 0,10 atau 0,08 dianggap tepat atau sesuai (dalam versi yang lebih konservatif).³³

³² Universitas Esa Unggul and Jakarta Barat, "Uji Chi Square Modul Perkuliahan 12," 2019.

³³ Siswoyo Haryono, "MENGENAL METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)" VII, no. 1 (2017): 23–34.

c. Analisis SEM dengan Efek Mediasi

Metode yang diciptakan oleh Baron dan Kenny (1988) pada Ghozali (2015), menyatakan bahwa untuk menguji efek mediasi dalam analisis PLS terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:³⁴

- 1) Menguji variabel eksogen dalam mempengaruhi variabel endogen dimana signifikansi t-statistik harus > 1.96 .
- 2) Mengkaji variabel eksogen dalam mempengaruhi variabel mediasi dimana signifikansi pada t-statistik harus > 1.96 .
- 3) Mengevaluasi pengaruh variabel eksogen dan variabel mediasi terhadap variabel endogen secara bersamaan.
variabel eksogen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel endogen secara signifikan sedangkan variabel mediasi mempunyai pengaruh terhadap variabel endogen secara signifikan dengan t-statistik > 1.96 , dapat disimpulkan bahwa sudah berhasilnya variabel eksogen dalam memengaruhi variabel endogen melalui variabel mediasi.

Pada tahap pengujian terakhir, apabila variabel eksogen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel endogen secara signifikan sedangkan variabel mediasi mempunyai pengaruh terhadap variabel endogen secara signifikan dengan t-statistik > 1.96 , dapat disimpulkan bahwa sudah berhasilnya variabel eksogen dalam

³⁴ Ghozali and Latan, "Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris.," n.d.

memengaruhi variabel endogen melalui variabel mediasi.

d. Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, ini dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi menggunakan perhitungan nilai *path coefficient* dan nilai t- statistik. Dimana pada penelitian ini menggunakan α sebesar 0,05 sehingga signifikansi bisa dikatakan tercapai jika t-statistik lebih besar dari 1.96 serta dianggap tidak signifikan jika nilainya kurang dari 1,96, atau nilai p-value $< \alpha$. Pengujian ini dilaksanakan dengan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).³⁵

UIN IMAM BONJOL
PADANG

³⁵ Joe F. Hair, Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt, "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet," *Journal of Marketing Theory and Practice*, n.d., <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>.

Hipotesis statistik dalam penelitian ini yang diuji yaitu:

No	Hipotesis
H1	H0 ₁ Product Quality tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang
	H _{a1} Product Quality berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang
H2	H0 ₂ Kepercayaan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang
	H _{a2} Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang
H3	H0 ₃ Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang
	H _{a3} Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang
H4	H0 ₄ Product Quality tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
	H _{a4} Product Quality berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
H5	H0 ₅ Kepercayaan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
	H _{a5} Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
H6	H0 ₆ Product Quality tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi
	H _{a6} Product Quality berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi
H7	H0 ₇ Kepercayaan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi
	H _{a7} Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi



UIN IMAM BONJOL
PADANG