

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, serta menerapkan metode penelitian lapangan (field research). Pendekatan kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh antar variabel secara objektif dengan data berbentuk angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik. Penelitian asosiatif digunakan karena berfokus pada upaya menemukan hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel, termasuk menelusuri peran mediasi dari variabel antara.⁵³ Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi pengaruh langsung maupun tidak langsung antara gaya hidup dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian skincare halal, dengan sikap sebagai variabel mediasi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Padangsidempuan, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih karena memiliki karakteristik yang relevan dengan objek penelitian, yaitu konsumen skincare halal dari kalangan Generasi Z. Kota Padangsidempuan dikenal sebagai salah satu pusat aktivitas generasi muda di wilayah Tapanuli, sehingga dinilai representatif untuk menggambarkan perilaku konsumen Gen z dalam produk halal. Mayoritas penduduk kota ini juga beragama

⁵³ *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Ketut Ngurah Ardiawan, Meilida Eka Sari, 2022.*

Islam, yang mendorong tingginya kesadaran akan pentingnya konsumsi produk halal, termasuk dalam kategori kosmetik dan perawatan kulit.

2. Waktu

Waktu pelaksanaan penelitian ini disesuaikan dengan tahapan kegiatan penelitian, yang mencakup proses penyusunan proposal, survei lapangan, pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, hingga analisis hasil dan penyusunan laporan akhir penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah seluruh individu dari Generasi Z yang berdomisili di Kota Padangsidempuan dan pernah membeli atau menggunakan produk skincare halal. Generasi Z didefinisikan sebagai kelompok usia kelahiran tahun 1997 hingga 2012. Pemilihan Generasi Z didasarkan pada karakteristiknya sebagai konsumen muda yang selektif, sadar terhadap isu halal, dan mengikuti tren gaya hidup modern, termasuk dalam penggunaan produk kosmetik dan perawatan kulit.⁵⁴ Dengan demikian, populasi ini dianggap paling relevan untuk diteliti dalam rangka menganalisis pengaruh gaya hidup dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian skincare halal.

2. Sampel

⁵⁴ Mifta Fania Salsabila et al., “Keputusan Membeli Kosmetik Halal Di Kalangan Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Tanjungpura)” 3, no. 1 (2025): 60–75, <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v3i1.650>.

Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus benar-benar dapat mewakili populasi secara menyeluruh, agar hasil penelitian yang diperoleh dapat digeneralisasikan pada populasi. Sampel berperan sebagai representasi dari populasi, sehingga kualitas pemilihan sampel akan memengaruhi validitas hasil penelitian.⁵⁵

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh data dari responden yang benar-benar sesuai dengan karakteristik objek penelitian.⁵⁶

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Merupakan bagian dari Generasi Z (berusia antara 13–28 tahun).
- b. Berjenis kelamin wanita
- c. Berdomisili di Kota Padangsidempuan.
- d. Pernah membeli atau menggunakan produk skincare halal minimal satu kali dalam enam bulan terakhir.

Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel menggunakan pendekatan dari Hair et al. (2010). Hair et al. menyatakan

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. Sutopo, *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11 (Bandung: CV ALFABETA, 2023), .doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.

⁵⁶ Sugiyono.

bahwa ukuran sampel minimum sebaiknya 10 kali jumlah indikator formatif terbesar yang digunakan untuk mengukur satu konstruk, atau 10 kali jumlah jalur struktural terbanyak yang diarahkan ke suatu konstruk tertentu dalam model struktural.⁵⁷ Dalam penelitian ini terdapat 13 indikator, maka perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$\text{Jumlah sampel} = \text{jumlah indikator} \times 10$$

$$\text{Jumlah sampel} = 13 \times 10 = 130 \text{ responden}$$

Dengan demikian, jumlah sampel minimum yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 130 responden dari Generasi Z yang berdomisili di Kota Padangsidimpuan dan telah membeli atau menggunakan produk skincare halal.

D. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk karakteristik, atribut, atau nilai dari individu, objek, atau lembaga yang dapat diukur dan diamati, serta menunjukkan variasi tertentu antar subjek. Variabel ditetapkan oleh peneliti sebagai aspek yang hendak diteliti, dianalisis, dan dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan penelitian. Dengan kata lain, variabel merupakan unsur penting yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian, karena mengandung perbedaan nilai atau keadaan dari satu objek ke objek lainnya. Variabel harus dapat dikuantifikasi atau diidentifikasi secara sistematis agar dapat

⁵⁷ J. F Hair, G. T. M. Hult, and C. M. Ringle, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2017.

dianalisis secara ilmiah, terutama dalam penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, pemahaman terhadap jenis dan peran masing-masing variabel sangat penting agar rancangan penelitian menjadi lebih terarah dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis.⁵⁸

Variabel dalam penelitian secara umum dibedakan menjadi tiga jenis utama, yaitu variabel bebas (independent) yang memengaruhi, variabel terikat (dependent) yang dipengaruhi, dan variabel intervening atau mediasi yang menjembatani hubungan antara variabel bebas dan terikat.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.⁵⁹

1. Variabel Independen (Variabel Bebas):

Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel lain. Variabel ini bersifat bebas karena tidak dipengaruhi oleh variabel manapun dalam penelitian. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah gaya hidup dan kesadaran halal

2. Variabel Mediasi:

Variabel mediasi adalah variabel yang menjelaskan proses atau mekanisme hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel ini berfungsi sebagai perantara yang memungkinkan pengaruh tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, sikap

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁵⁹ John W. Creswell And J. David Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches, Writing Center Talk Over Time*, 2018, <https://doi.org/10.4324/9780429469237-3>.

merupakan variabel mediasi yang menjembatani pengaruh gaya hidup dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian.

3. Variabel Dependen (Variabel Terikat):

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Nilai atau keadaan dari variabel ini bergantung pada perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Dalam penelitian ini merupakan variabel dependen Keputusan pembelian, karena dipengaruhi oleh gaya hidup halal dan kesadaran halal.

Tabel 3. 1 Indikator Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Gaya hidup halal(X1)	Menggambarkan pola perilaku, aktivitas, minat, dan opini konsumen dalam menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk dalam memilih produk halal seperti skincare. Gaya hidup menunjukkan sejauh mana prinsip halal terinternalisasi dalam kebiasaan konsumsi skincare.	1. <i>Aktivities</i> (kegiatan) 2. <i>Interest</i> (Minat) 3. <i>Opinion</i> (opini)	Likert
2.	Kesadaran halal (X2)	Mengacu pada tingkat pemahaman, pengetahuan, dan kepedulian konsumen terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi. Kesadaran ini berperan penting dalam membentuk kepercayaan dan	1. Pemahaman dan pengetahuan 2. prioritas dan mengonsumsi produk halal 3. kesadaran terhadap label dan informasi	Likert

		preferensi konsumen terhadap produk halal, termasuk produk perawatan kulit.	4. perhatian terhadap kebersihan dan keamanan produk	
3.	Keputusan Pembelian(Y)	Menggambarkan tindakan, niat, atau kecenderungan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk skincare halal. Variabel ini dipengaruhi oleh gaya hidup, kesadaran halal , serta sikap yang dimiliki konsumen terhadap skincare.	1. Keyakinan terhadap produk 2. Pola pembelian terbentuk 3. Keinginan merekomendasikan kepada orang lain 4. Pembelian berulang.	Likert
4.	sikap (Z)	penilaian atau evaluasi konsumen terhadap produk skincare halal, yang dapat bersifat positif atau negatif. Sikap ini menjadi jembatan yang memediasi hubungan antara gaya hidup dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian.	1. Keyakinan terhadap perilaku 2. Evaluasi terhadap hasil perilaku	Likert

E. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh secara langsung dari responden yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, responden adalah individu dari Generasi Z yang berdomisili di Kota Padangsidimpuan dan telah memiliki pengalaman dalam membeli atau menggunakan produk skincare halal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dengan pertanyaan yang dirancang berdasarkan indikator

dari variabel-variabel penelitian. Data primer ini berfungsi sebagai dasar utama dalam melakukan pengujian terhadap hubungan antar variabel yang diteliti.⁶⁰

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:⁶¹

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data primer secara langsung dari responden. Instrumen ini disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan menggunakan skala Likert lima poin, yang memungkinkan responden memberikan tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Kuesioner disebarkan baik secara daring melalui Google Form, maupun secara langsung kepada responden yang sesuai dengan kriteria, yaitu Generasi Z di Kota Padangsidempuan yang telah menggunakan atau membeli produk skincare halal.

2. Studi Pustaka

Metode studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data mencakup buku, artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian terdahulu, data instansi pemerintah seperti BPS, serta sumber informasi daring yang kredibel. Teknik ini

⁶⁰ Trisna Rukhmana, "Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier," *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (Iicls)* 2, No. 2 (2021): 28–33.

⁶¹ Ardiansyah, Risnita, and M. Syahrani Jailani, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif," *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 1–9, <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.

bertujuan untuk mendukung penyusunan landasan teori, memperkuat analisis data, serta memberikan konteks tambahan terhadap temuan penelitian.

G. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dan mengukur variabel-variabel yang menjadi fokus kajian. Menurut Sugiyono, instrumen penelitian adalah perangkat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, dan harus memenuhi syarat validitas serta reliabilitas agar hasil yang diperoleh dapat dipercaya.⁶² Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang memuat pernyataan-pernyataan terkait empat variabel utama, yaitu gaya hidup halal, kesadaran halal, sikap, dan keputusan pembelian skincare halal. Kuesioner ini dirancang untuk memperoleh data kuantitatif yang merepresentasikan sikap dan pandangan responden terhadap produk skincare halal. Pengukuran sikap dan persepsi responden dilakukan dengan menggunakan Skala Likert, yang umum digunakan untuk menilai tingkat persetujuan terhadap suatu pernyataan. Skala ini terdiri dari lima tingkatan nilai sebagai berikut:⁶³

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Pernyataan	Kode	Bobot
1.	sangat setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁶³ *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

3.	Kurang setuju	KS	3
4.	Tidak setuju	TS	2
5.	Sangat tidak setuju	STS	1

H. Teknik Analisis Data

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan perlu dianalisis secara sistematis. Proses analisis data mencakup pengorganisasian dan penyusunan data ke dalam pola tertentu agar dapat dijadikan dasar penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara statistik guna menentukan apakah hipotesis yang berkaitan dengan pengaruh gaya hidup halal (X_1) dan kesadaran halal (X_2) terhadap keputusan pembelian skincare halal (Y), dengan sikap sebagai variabel mediasi (Z) dapat diterima atau ditolak. Oleh karena itu, diperlukan penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca, dipahami, dan diinterpretasikan secara kuantitatif.⁶⁴

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menyederhanakan, dan menyajikan data hasil penelitian dalam bentuk yang mudah dipahami. Teknik ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik data sampel secara sistematis sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan umum. Dalam penelitian yang memiliki

⁶⁴ M.Makhrus Ali et al., "Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian," *Education Journal*.2022 2, no. 2 (2022): 1–6.

populasi yang teridentifikasi dengan jelas, analisis deskriptif berfungsi sebagai langkah awal dalam memahami pola data yang diperoleh.⁶⁵

Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengelompokkan dan menyajikan data demografis responden dari kalangan Generasi Z di Kota Padangsidimpuan. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak *Microsoft Excel 2019*, dengan klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia, tingkat pendidikan, status pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Hasil dari analisis ini memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang berperan dalam pengambilan keputusan pembelian skincare halal.

2. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). SEM merupakan pengembangan dari analisis jalur (*path analysis*) yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan sebab-akibat (kausalitas) antar variabel secara lebih menyeluruh, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung. Metode ini sangat sesuai digunakan untuk model penelitian yang kompleks dan melibatkan lebih dari satu jalur hubungan antar konstruk.⁶⁶

PLS-SEM digunakan karena tidak mensyaratkan asumsi normalitas dan cocok diterapkan pada jumlah sampel yang relatif kecil hingga sedang, seperti pada penelitian ini yang melibatkan 130 responden. Metode ini juga mampu menjelaskan

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁶⁶ Ejike Edeh, Wen-Juo Lo, and Jam Khojasteh, *Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook, Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, vol. 30, 2023, <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>.

besarnya kontribusi setiap variabel dalam membentuk konstruk penelitian seperti gaya hidup halal, kesadaran halal, sikap, dan keputusan pembelian.⁶⁷

Terdapat dua pendekatan utama dalam SEM, yaitu *Covariance-Based SEM* (CB-SEM) dan *Variance-Based SEM* (PLS-SEM). Untuk keperluan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0, karena lebih fleksibel dalam menganalisis model struktural yang bersifat prediktif dan eksploratif. Melalui metode ini, hubungan antar variabel dalam model penelitian dapat dianalisis secara simultan, mendalam, dan akurat.⁶⁸

3. *Partial Least Square* (PLS)

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Partial Least Square* (PLS) sebagai pendekatan dalam *Structural Equation Modeling* (SEM). Metode ini dipilih karena memiliki kemampuan dalam menganalisis model dengan hubungan variabel kompleks, tanpa memerlukan data yang berdistribusi normal, dan tetap dapat digunakan meskipun ukuran sampel tidak terlalu besar. Hal ini sesuai dengan kondisi penelitian yang melibatkan 130 responden Generasi Z di Kota Padangsidempuan.

PLS-SEM terdiri dari dua model utama, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Model pengukuran digunakan untuk menilai hubungan antara indikator dan variabel laten, sedangkan model struktural

⁶⁷ Metodologi Penelitian Kuantitatif.

⁶⁸ Edeh, Lo, and Khojasteh, *Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*.

menganalisis hubungan antar variabel laten. Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0.⁶⁹

a) Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi outer model bertujuan untuk menguji kualitas indikator dalam mengukur konstruk variabel laten. Evaluasi ini dilakukan melalui.⁷⁰

1) Uji Validitas

a. *Convergent Validity*

Convergent validity bertujuan untuk mengetahui apakah indikator-indikator dalam satu konstruk benar-benar saling berkorelasi dengan baik. Validitas konvergen dianggap terpenuhi jika setiap item memiliki loading factor lebih dari 0,70. Semakin tinggi nilai loading, maka semakin kuat indikator tersebut dalam menjelaskan konstruk. Selain itu, validitas konvergen juga dinilai dari *Average Variance Extracted* (AVE), di mana nilai AVE minimal harus lebih dari 0,50, yang berarti konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% variansi indikator-indikatornya.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk memiliki perbedaan yang jelas dibandingkan konstruk lainnya. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *cross-loading*, yaitu nilai korelasi antara

⁶⁹ Hatta Setiabudhi et al., “Analisis Data Kuantitatif Dengan Smart PLS 4,” n.d.

⁷⁰ Lenni Khotimah Harahap, “Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square),” *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, no. 1 (2020): 1.

indikator dengan semua konstruk. Sebuah indikator dikatakan valid secara diskriminan jika memiliki korelasi lebih tinggi terhadap konstruk yang diukur dibandingkan konstruk lain. Ini menunjukkan bahwa indikator tersebut tidak tumpang tindih dalam mengukur konstruk yang berbeda.

2) Uji Reliabilitas

a. *Composite Reliability (CR)*

Composite Reliability mengukur konsistensi internal indikator dalam membentuk konstruk. Nilai CR yang baik adalah lebih dari 0,70, yang menunjukkan bahwa indikator tersebut secara konsisten mengukur konstruk yang sama. CR memberikan gambaran tentang seberapa handalnya kumpulan indikator tersebut dalam menggambarkan variabel laten secara menyeluruh.

b. *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha digunakan untuk menguji stabilitas dan keandalan item-item dalam suatu konstruk. Nilai alpha lebih dari 0,70 menunjukkan bahwa konstruk tersebut reliabel, atau memiliki tingkat konsistensi yang memadai. Meskipun *Cronbach's Alpha* merupakan ukuran reliabilitas yang konservatif, nilainya yang tinggi memperkuat keandalan instrumen.

b) Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau *inner model* digunakan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi

direpresentasikan melalui indikator-indikator terukur.⁷¹ Dalam penelitian ini, *inner model* digunakan untuk menganalisis sejauh mana gaya hidup halal (X_1) dan kesadaran halal (X_2) memengaruhi keputusan pembelian skincare halal (Y) baik secara langsung maupun melalui sikap (Z) sebagai variabel mediasi. Evaluasi inner model dilakukan melalui beberapa uji sebagai berikut:⁷²

1) koefisien jalur (*path coefficient*)

Salah satu tahap utama dalam evaluasi inner model adalah pengujian koefisien jalur (*path coefficient*), yang menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antara variabel laten. Nilai koefisien ini berada pada rentang -1 hingga +1, di mana nilai positif menunjukkan pengaruh searah, dan nilai negatif menunjukkan pengaruh berlawanan. Nilai ini memberikan informasi apakah hubungan antar variabel dalam model mendukung hipotesis yang telah diajukan.

2) uji R-square (R^2)

Selanjutnya, dilakukan uji R-square (R^2) untuk mengukur seberapa besar variabel independen dalam model dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang tinggi menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang kuat. Berdasarkan kriteria dari Chin, nilai R^2 dikategorikan kuat apabila lebih dari 0,67, sedang jika berada antara 0,33 hingga 0,67, dan lemah jika antara 0,19 hingga 0,33.

⁷¹ Siti Nurhalizah, Gusmi Kholijah, and Z Gusmanely, "Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi," *Indonesian Journal of Applied Statistics* 6, no. 2 (2024): 125, <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>.

⁷² Muhammad Nusrang, Muh. Fahmuddin, and Hardianti Hafid, "Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (Sem-Pls) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pdrb Di Indonesia," *Seminar Nasional Dies Natalis 62 1* (2023): 543–48, <https://doi.org/10.59562/semnasdies.v1i1.1088>.

Dalam penelitian ini, nilai R^2 digunakan untuk melihat sejauh mana variabel gaya hidup halal, kesadaran halal, dan sikap dapat menjelaskan keputusan pembelian.

3) uji *t*-test

Evaluasi berikutnya adalah melalui uji *t*-statistik yang dilakukan dengan metode *bootstrapping* pada tingkat signifikansi 5% (*two-tailed*). Hipotesis dalam penelitian ini dikatakan signifikan dan diterima apabila nilai *t*-statistik lebih besar dari 1,657. Uji ini berfungsi untuk menguji kekuatan hubungan antara masing-masing variabel dalam model dan menentukan apakah hubungan tersebut secara statistik benar-benar berpengaruh.⁷³

4) Uji *effect size* (F-square)

Selain itu, dilakukan pula pengujian *effect size* (F-square) untuk menilai besarnya kontribusi atau pengaruh masing-masing variabel laten terhadap variabel lain. Nilai F^2 digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel, di mana nilai lebih dari 0,35 menunjukkan pengaruh besar, nilai antara 0,15 hingga 0,35 menunjukkan pengaruh sedang, dan nilai antara 0,02 hingga 0,15 menunjukkan pengaruh kecil. Uji ini penting untuk memahami variabel mana yang memiliki peran dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian.

5) Nilai Inner VIF (*variance inflated Factor*)

⁷³ Virna Febryaningrum et al., "Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen Dan Variabel Dependen," *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 6 (2024): 258–66, <https://doi.org/10.62017/jemb>.

Uji Variance Inflation Factor (VIF) digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas, yaitu korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi yang dapat mengganggu kestabilan dan interpretasi koefisien. Nilai $\text{inner VIF} < 5$ menunjukkan tidak ada multikolinier antara variabel.⁷⁴

I. Analisis SEM dengan Efek Mediasi

Dalam penelitian ini, analisis efek mediasi dilakukan menggunakan pendekatan yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (1988) sebagaimana dijelaskan oleh Ghozali (2015), yang digunakan untuk menguji peran sikap sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara gaya hidup halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian skincare halal. Langkah-langkah analisis mediasi dalam pendekatan ini mencakup :⁷⁵

1. Menguji apakah gaya hidup halal dan kesadaran halal sebagai variabel eksogen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian skincare halal sebagai variabel endogen, dengan nilai t-statistik $> 1,657$ sebagai indikator signifikansi.
2. Menganalisis pengaruh gaya hidup halal dan kesadaran halal terhadap sikap, yang dalam hal ini berperan sebagai variabel mediasi. Signifikansi juga ditunjukkan dengan t-statistik $> 1,657$.

⁷⁴ Effiyaldi Yaldi et al., "Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 2 (2022): 94–102, <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>.

⁷⁵ Febryaningrum et al., "Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen Dan Variabel Dependen."

3. Menguji secara simultan pengaruh gaya hidup halal dan kesadaran halal bersama-sama dengan sikap terhadap keputusan pembelian skincare halal.

Jika pada tahap ketiga ditemukan bahwa pengaruh langsung gaya hidup halal atau kesadaran halal terhadap keputusan pembelian menjadi tidak signifikan, namun sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (t -statistik $> 1,657$), maka dapat disimpulkan bahwa terjadi mediasi penuh (full mediation). Artinya, pengaruh gaya hidup halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian benar-benar disalurkan melalui sikap sebagai mediator.

J. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis SEM-PLS dengan memperhatikan koefisien jalur (path coefficient), nilai t -statistik, dan p -value. Uji ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh signifikan antar variabel yang diteliti. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji satu arah (one-tailed) dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05). Pemilihan uji satu arah didasarkan pada rumusan hipotesis yang secara jelas mengarahkan dugaan pengaruh positif antar variabel, baik antara gaya hidup halal, kesadaran halal, sikap, maupun keputusan pembelian. Penggunaan taraf signifikansi 5% berarti hipotesis alternatif (H_1) akan diterima apabila nilai t -hitung lebih besar daripada nilai t -tabel sebesar 1,657 ($df = n - 1$, dengan $n = 130$). Hasil uji ini menjadi dasar untuk menilai hubungan langsung dan tidak langsung antara gaya hidup halal, kesadaran halal ,

sikap, dan keputusan pembelian.⁷⁶ Pendekatan ini sesuai dengan rekomendasi metode analisis berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) yang menekankan pada pengujian arah hubungan yang telah ditentukan berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu.



⁷⁶ *Metodologi Penelitian Kuantitatif.*