

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi analisis kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data numerik dan statistik untuk mengumpulkan serta menganalisis informasi secara objektif dan sistematis. Model pendekatan berjenis penelitian deskriptif dengan cara menggambarkan permasalahan berdasarkan data-data yang ada untuk menganalisis lebih lanjut dan kemudian ditarik kesimpulan. Selanjutnya, data yang diperoleh dipahami dengan merujuk pada teori dan literatur yang relevan. Dari analisis tersebut hasil penelitian dapat diperoleh.

Penelitian kuantitatif dipilih oleh penulis karena menjelaskan apakah ada pengaruh antara *Emotional Experience*, Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Niat Berkunjung Kembali wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang yang dimediasi oleh Kepuasan Pengunjung.

##### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian mengacu pada wilayah geografis tertentu dimana penelitian akan dilakukan. Ini berfungsi sebagai latar belakang alami dan memberikan pengaruh pada hasil penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, lokasi penelitian menunjukkan lokasi tepatnya dimana penelitian akan dilakukan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi ditempat wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang di Jl. Samudera, Kelurahan Berok

Nipah, Kec. Padang Barat Kota Padang Sumatera Barat. Selanjutnya untuk waktu penelitian dilakukan lebih kurang selama tiga bulan dan dimulai pada tanggal 27 Mei 2025 setelah proposal ini disetujui.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan dari subjek dan objek yang akan menjadi sasaran penelitian<sup>1</sup>. Subjek penelitian merupakan orang, tempat atau lokasi atau benda yang diamati yang menghasilkan sebuah informasi berupa data, sedangkan objek adalah hal yang menjadi pokok persoalan untuk diamati dan diteliti. Populasi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan atau masyarakat yang sudah pernah mengunjungi wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

#### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi<sup>2</sup>. Sampel dalam penelitian ini menentukan karakteristik yang akan dituju yaitu wisatawan atau masyarakat yang telah berusia 18 tahun atau lebih yang sudah pernah berkunjung sebelumnya ke Masjid Al-Hakim Kota Padang.

---

<sup>1</sup> Slamet Riyanto, *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan SmartPLS 4.0*, DEEPUBLISH DIGITAL (Yogyakarta: DEEPUBLISH DIGITAL, 2024).

<sup>2</sup> Novita Listyanigrum, *Buku Ajar Metodologi Penelitian*, CV. Feniks Muda Sejahtera (Jakarta: CV. Feniks Muda Sejahtera, 2022).

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode jenis *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah setiap individu yang ditemui secara kebetulan dapat dijadikan sampel bagi peneliti asalkan memenuhi syarat, langsung dijadikan responden sebagai sumber data.

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Hair. Berikut formula rumus Hair :

$$n \geq 5 \times p \text{ hingga } n \geq 10 \times p$$

Keterangan : n = jumlah sampel yang diperlukan

p = jumlah indikator dari semua variabel

Hair menyarankan agar jumlah sampel setidaknya 5 hingga 10 kali dari jumlah indikator setiap variabel. Jadi, banyaknya sampel yang diambil sesuai rumus hair adalah :

Sampel minimal :  $5 \times 19$  (jumlah indikator dari semua variabel) = 95 responden .

Sampel maksimal :  $10 \times 19 = 190$  responden.

Berdasarkan formula diatas, maka n (jumlah sampel yang akan diambil) yakni sampel maksimal sebanyak 190 responden.

## D. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus<sup>3</sup>. Penulis menggunakan kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden. Kuesioner ini berisi daftar pertanyaan terkait bagaimana wisatawan Masjid Al-Hakim Kota Padang mempengaruhi niatnya untuk berkunjung ulang.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi dokumen, yaitu literatur atau data yang diambil dari buku dan artikel jurnal yang berkaitan dengan penelitian<sup>4</sup>. Artinya sumber data penelitian ini diperoleh dan dikumpulkan secara tidak langsung oleh peneliti.

## E. Definisi Operasional Variabel

### 1. Variabel Independent (X)

Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependent (Y). Variabel ini dilambangkan dengan simbol (X). Dalam penelitian ini,

<sup>3</sup> Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, PT. GRAMEDIA PUSTAKA (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013).

<sup>4</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT. GRAMEDIA PUSTAKA (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003).

variabel independent (X) yang digunakan penulis yaitu : *Emotional Experience*, Daya Tarik Wisata dan Fasilitas .

## **2. Variabel Dependent (Y)**

Variabel dependent merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independent dalam suatu penelitian. Variabel ini nilainya bergantung pada variabel independent dan menjadi fokus pengukuran untuk mengetahui efek atau pengaruh variabel independent. Simbol variabel ini yaitu (Y). Dalam penelitian ini, variabel dependent (Y) yang digunakan penulis yaitu : Niat Berkunjung Kembali.

## **3. Variabel Mediasi (Z)**

Variabel mediasi, juga dikenal sebagai variabel perantara, merupakan variabel yang menghubungkan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel terikat tidak langsung dipengaruhi oleh variabel bebas, melainkan melalui variabel mediasi ini. Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang digunakan penulis yaitu : Kepuasan Pengunjung.

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasional**

| No. | Variabel                    | Definisi                                                                                                                                                                                               | Indikator                                                                  | Sumber                                 |
|-----|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| 1.  | Niat Berkunjung Kembali     | Niat berkunjung kembali merupakan keinginan yang timbul dalam diri wisatawan untuk berkunjung kembali terhadap objek wisata dimasa yang akan datang setelah sebelumnya pernah menerima jasa yang sama. | 1. Rencana Mengunjungi Kembali<br>2. Minat Referensial<br>3. Preferensial  | Cronin & Tylor (2015) <sup>5</sup>     |
| 2.  | <i>Emotional Experience</i> | Pengalaman emosional adalah reaksi perasaan atau emosi yang muncul sebagai respons terhadap                                                                                                            | 1. Rasa Senang<br>2. Rasa Bangga<br>3. Rasa Percaya Diri<br>4. Rasa Nyaman | Kusuma dan Suwitho (2015) <sup>6</sup> |

<sup>5</sup> Abdon et al., "Fasilitas Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Hunimua , Kabupaten Maluku Tengah."

<sup>6</sup> Rasikah Agustin Salsabila, "Emotional Experience, Destination Image, Tourist Satisfaction Sebagai Antaseden Revisit Intention Wisatawan Curug Cileat Subang."

|    |                   |                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                       |                                                                            |
|----|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|    |                   | <p>suatu peristiwa, situasi, atau interaksi, yang memberi kesan mendalam bagi seseorang, dan seringkali membentuk ingatan yang kuat serta memengaruhi cara seseorang berpikir, bertindak, dan mengambil keputusan di masa depan.</p> |                                                                                                                                                       |                                                                            |
| 3. | Daya Tarik Wisata | Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa                                                                                                                                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aksesibilitas</li> <li>2. Fasilitas</li> <li>3. Tingkat Keindahan</li> <li>4. Ketersediaan Lahan</li> </ol> | Basiya dan Rozak (2012) <sup>7</sup> dan Widya Ningrum (2016) <sup>8</sup> |

<sup>7</sup> Alit, "Analisis Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo."

<sup>8</sup> Wideasari Kumawati, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bangli Tahun 2019 Pulau Bali Merupakan Ikon Pariwisata Di Indonesia Juga Menjadi Twin Hill Stone Garden Dipengaruhi Oleh Beberapa Faktor Yaitu."

|    |           |                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                             |                                       |
|----|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
|    |           | keanekaragaman<br>kekayaan alam,<br>budaya dan hasil<br>buatan manusia<br>yang menjadi<br>sasaran atau<br>kunjungan<br>wisatawan.                                                |                                                                                                                                             |                                       |
| 4. | Fasilitas | Fasilitas yaitu<br>segala bentuk<br>sarana dan<br>prasarana yang<br>disediakan<br>untuk<br>mendukung<br>kegiatan wisata,<br>baik secara<br>langsung<br>maupun tidak<br>langsung, | 1. Kelengkapan<br>fasilitas<br>2. Kemudahan<br>menggunakan<br>fasilitas<br>3. Kebersihan<br>fasilitas<br>4. Kondisi dan<br>fungsi fasilitas | Audistiana<br>(2017) <sup>9</sup> dan |

<sup>9</sup> Rambe et al., “Pengaruh Destination Image Dan Fasilitas Wisata Ramah Muslim Terhadap Revisit Intention Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Pada Destinasi Wisata Syariah Eco Park Tan Kayo ).”



|    |                     |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                       |
|----|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 5. | Kepuasan Pengunjung | kepuasan pengunjung adalah respon emosional positif yang dirasakan oleh wisatawan setelah mengalami kunjungan ke suatu destinasi wisata yang timbul ketika pengalaman mereka sesuai atau melebihi ekspektasi. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harapan</li> <li>2. Kesiediaan merekomendasi</li> <li>3. Senang atau tidaknya wisatawan terhadap keputusan untuk berkunjung ke destinasi pariwisata</li> <li>4. Kepercayaan bahwa memilih destinasi terkait merupakan hal yang benar</li> </ol> | <p>Tjiptono (2004)<sup>10</sup></p> <p>Yuksel (2010)<sup>11</sup></p> |
|----|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|

<sup>10</sup> Hasudungan, "Kepuasan Pengunjung Yang Dipengaruhi Daya Tarik Wisata Dan Persepsi Harga Melalui Lifestyle."

<sup>11</sup> Hanif, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan ( Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu )."

#### 4. Tingkat Capaian Responden (TCR)

TCR (Tingkat Capaian Responden) adalah nilai yang dihitung dari hasil kuesioner untuk mengetahui seberapa baik responden mencapai kriteria atau indikator yang diukur dalam penelitian biasanya dengan beberapa tingkatan. Oleh karena itu didalam penelitian dibutuhkan ‘Master Scale’ yang merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk menginterpretasikan hasil TCR.

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan data yang diperlukan dalam penelitian ini merupakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner (angket). Kuesioner merupakan alat pengumpul data yang berbentuk pertanyaan yang akan diisi atau dijawab oleh responden<sup>12</sup>. Metode yang digunakan peneliti untuk mengambil sampel yaitu teknik *Accidental Sampling* dimana peneliti memilih siapa saja individu yang kebetulan ditemui secara tidak sengaja, lalu cocok dengan kriteria sampel yang telah ditentukan maka dapat dijadikan responden penelitian. Pada penelitian ini ditujukan kepada wisatawan atau pengunjung wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang yang sudah pernah berkunjung sebelumnya dan dijadikan sebagai responden, untuk mengetahui Pengaruh *Emotional Experience*, Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisata Religi Masjid Al-Hakim Kota Padang yang dimediasi oleh Kepuasan Pengunjung.

---

<sup>12</sup> Fauziah, *Buku Ajar Metodologi Penelitian* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

### G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Instrumen ini berfungsi sebagai sarana pengukuran dan pengumpulan informasi yang diperlukan agar penelitian dapat berjalan secara sistematis dan menghasilkan data yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan<sup>13</sup>.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan angket terstruktur dimana angket dalam penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada kuesioner. Penelitian berpatokan kepada skala likert. Skala Likert adalah metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu pernyataan atau objek tertentu<sup>14</sup>. Skala likert tersebut terdiri dari lima alternatif yang terdiri dari :

**Tabel 3. 2**  
**Alternatif Jawaban Responden**

| No. | Jawaban                   | Skor |
|-----|---------------------------|------|
| 1   | Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| 2   | Setuju (S)                | 4    |
| 3   | Kurang Setuju (KS)        | 3    |
| 4   | Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| 5   | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |

<sup>13</sup> Anisa Fauziyah1, Zahro As Sakinah 2, and Dase Erwin Juansah4 , Mariyanto3, “Instrumen Tes Dan Non Tes Pada Penelitian” 08 (2023): 6538–48.

<sup>14</sup> Sampoerna University, “Pengertian Skala Likert, Cara Penggunaan Dan Contoh,” Sampoerna University, 2024, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/news/pengertian-skala-likert-cara-penggunaan-dan-contoh>.

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mempelajari, mengolah, dan menginterpretasikan data untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan informasi penting yang terkandung di dalamnya<sup>15</sup>. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang data dan mengambil keputusan berdasarkan informasi tersebut. Analisis data dilakukan melalui SEM-PLS (Struktural Equation Modeling Partial Least Squares) dengan software smartPLS 3.0. Penyelesaian SEM-PLS memeriksa hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel. Penulis memilih SEM-PLS karena kemampuannya yang fleksibel dalam menangani data non-normal, sampel kecil, model kompleks, variabel laten, serta mendukung pengembangan teori dan prediksi dalam penelitian sosial dan manajemen.

Analisis SEM-PLS biasanya memiliki dua sub model : model pengukuran, juga dikenal sebagai *outer model*, dan model struktural, juga dikenal sebagai *inner model*. Model pengukuran menggambarkan bagaimana variabel yang diamati, disebut juga variabel manifes, mewakili variabel independen dan dependen.

Tahap analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 1. *Outer model* / measurement model (model pengukuran)

Outer model adalah model pengukuran dalam SEM PLS yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya, dengan tujuan menguji

---

<sup>15</sup> Tia Aulia, "Teknik Analisis Data: Pengertian, Jenis Dan Cara Memilihnya," UMSU Unit Pengelola Jurnal Ilmiah, 2023, <https://uptjurnal.umsu.ac.id/teknik-analisis-data-pengertian-jenis-dan-cara-memilihnya/>.

validitas dan reliabilitas indikator sebagai representasi konstruk yang diukur<sup>16</sup>.

#### a) Uji Validitas

Uji validitas adalah proses pengujian yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur, seperti kuesioner atau instrumen penelitian, menilai ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam menjalankan fungsi pengukurannya sesuai tujuan penelitian.

##### 1) Uji Convergent Validity

Tujuan uji Convergent Validity untuk menunjukkan bahwa beberapa indikator atau item yang dirancang untuk mengukur konstruk yang sama memang menunjukkan hubungan yang erat satu sama lain. Hair menyatakan bahwa dalam konteks pengukuran indikator konstruktif, suatu indikator dianggap valid apabila nilai outer loading lebih besar dari 0,6. Selain itu, validitas dapat ditentukan untuk variabel apa pun yang nilai AVE-nya lebih besar dari 0,5<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> UNIVERSITAS BINUS, “Memahami Uji Outer Model (Pengukuran Bagian Luar) Dalam Smart Pls,” UNIVERSITAS BINUS, 2021, <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-outer-model-pengukuran-bagian-luar-dalam-smart-pls/>.

<sup>17</sup> Siti Shoimah, Ali Muhajir, and Muhammad Rosyid, “J-Macc Pengaruh Entrepreneurial Spirituality Dan Social Media Adoption Terhadap Keberlanjutan Kinerja Umkm Dengan Mediasi Kapabilitas Inovasi J-Macc” 6, no. 2 (2023).

## 2) Uji Discriminat Validity

Tujuan uji ini yaitu untuk membuktikan bahwa Suatu konstruk tidak hanya berbeda secara teoritis dari konstruk lain, tetapi juga berbeda secara empiris/statistik dan Indikator suatu konstruk tidak mengukur konstruk lain secara tidak sengaja.

Untuk menilai validitas diskriminan dari indikator reflektif, salah satu upaya yang biasa digunakan yakni dengan menguji nilai cross loading. Validitas diskriminan tercapai jika nilai cross loading suatu indikator pada konstruk yang diukur lebih tinggi dibandingkan nilai cross loading indikator tersebut pada konstruk lain. Ini menunjukkan bahwa indikator lebih kuat merefleksikan konstruksya sendiri daripada konstruk lain<sup>18</sup>. Validitas diskriminan dianggap terpenuhi jika korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dari 0,5 dari pada sengan ukuran konstruk lainnya.

## 3) Uji *Average Variance Extrated* (AVE)

Uji *Average Variance* yaitu mengukur rata-rata varians indikator yang berhasil dijelaskan oleh konstruk yang mengukurnya. Dengan kata lain, AVE menunjukkan seberapa baik indikator-indikator merepresentasikan konstruk yang

---

<sup>18</sup> Siti Nurhalizah, Gusmi Kholijah, and Universitas Jambi, "Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada" 6, no. 2 (2023): 125–35.

mendasarinya. Untuk persyaratan yang baik, jika AVE masing masing item pertanyaan nilainya  $>0,5$ .

b) *Uji Reliability*

*Uji Reliability* adalah tingkat konsistensi dan kestabilan alat ukur (instrumen) ketika digunakan untuk mengukur sesuatu secara berulang. Jika instrumen penelitian digunakan beberapa kali dalam kondisi yang sama dan menghasilkan hasil yang konsisten, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel. Sebuah kuesioner dianggap valid atau dapat diandalkan ketika pernyataan responden menunjukkan konsistensi atau stabilitas dari waktu ke waktu.

Ada dua cara untuk mengukur ketergantungan suatu konstruk menggunakan indikator reflektif :

1) *Composite reliability*

pengukuran reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dengan composite reliability. Dari output ini maka kriteria harus bernilai diatas  $>0,7$ .

2) *Cronbach's Alpha*

Uji composite reliability diatas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,7$ .

## 2. *Structural model atau Inner model*

Inner model menunjukkan hubungan struktural antar konstruk laten, seperti pengaruh X terhadap Y, atau bagaimana satu variabel memediasi pengaruh variabel lain. Inner model menggunakan prosedur bootstrapping untuk menguji signifikansi koefisien jalur dan blindfolding untuk mengukur prediktabilitas model<sup>19</sup>.

Kesesuaian model dievaluasi menggunakan R Square dan Q Square untuk menentukan kegunaan prediktifnya. Evaluasinya bergantung pada kriteria nilai koefisien jalur substansial, yang dinilai menggunakan berbagai indikator keluaran, termasuk mean, t-statistics, dan p-values. Jika nilai p value >  $\alpha 5\%$  berarti H0 diterima, yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y. Jika nilai p value <  $\alpha 5\%$  berarti H0 ditolak, yang artinya ada pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y.

### a. Uji R<sup>2</sup> (R-Square)

R<sup>2</sup> (R-Square) atau koefisien determinasi adalah ukuran statistik yang menunjukkan seberapa besar variasi atau perubahan pada variabel dependen (terikat) dapat dijelaskan oleh variabel independen (bebas) yang mempunyai pengaruh substantif. Dalam konteks evaluasi model, Hair et al. (2011) mengelompokkan nilai R<sup>2</sup> menjadi tiga kategori:

<sup>19</sup> Binus University, "Memahami Inner Model (Model Struktural) Dalam Smart PLS," Binus University, 2021, <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-inner-model-model-struktural-dalam-smart-pls/>.



- 1) Kuat:  $R^2 \geq 0,75$
- 2) Moderat:  $R^2$  sekitar 0,50
- 3) Lemah:  $R^2$  sekitar 0,25

b. Uji Q-Square

Suatu pengujian dalam analisis SEM PLS yang bertujuan untuk menilai predictive relevance atau kemampuan model dalam memprediksi data variabel endogen (variabel terikat). Uji ini dilakukan dengan prosedur blind folding yang menghilangkan sebagian data secara sistematis dan kemudian memprediksi nilai yang hilang tersebut.

Kriteria nilai Q-Square :

- 1)  $Q^2 < 0$  berarti model tidak memiliki relevansi prediktif.
- 2)  $Q^2$  antara 0,02 sampai  $\leq 0,15$  menunjukkan prediksi yang kecil.
- 3)  $Q^2$  antara 0,15 sampai  $\leq 0,35$  menunjukkan prediksi sedang.
- 4)  $Q^2 \geq 0,35$  menunjukkan prediksi yang besar atau sangat baik.

c. Uji Path Coefficient

Model pengukuran berguna untuk mengukur korelasi antara variabel yang dapat diamati dan variabel yang mendasarinya. Metode ini biasa disebut dengan Confirmatory Factor Analysis (CFA).

d. Uji T-Statistic

Uji T-Statistic adalah merupakan suatu nilai yang digunakan untuk

melihat tingkat signifikan pada pengujian hipotesis dengan cara mencari nilai T- statistic melalui prosedur bootstrapping. Keputusan pengujian didasarkan pada nilai T-statistic dan tingkat signifikansi (p-value): Jika nilai T-statistic lebih besar dari 1,96 ( $p < 0,05$  pada tingkat kepercayaan 95%), maka pengaruh variabel tersebut dianggap signifikan dan hipotesis alternatif diterima. Jika nilai T-statistic kurang dari 1,96 ( $p > 0,05$ ), maka pengaruh variabel tidak signifikan dan hipotesis nol diterima.

e. Uji Effect Size (F-Square)

Selain mengevaluasi nilai  $R^2$  dari semua konstruk endogen, perubahan nilai  $R^2$  ketika konstruk eksogen tertentu dihilangkan dari model dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah konstruk yang dihilangkan memiliki dampak substansif pada konstruk endogen, ukuran ini disebut sebagai ukuran efek  $F^2$ . Pedoman untuk  $F^2$  adalah nilai-nilai 0.02, 0.25, dan 0.35, masing-masing mewakili efek kecil, sedang, dan besar dari variabel laten eksogen. Nilai ukuran efek kurang dari 0.02 menunjukkan bahwa tidak ada efek.

F. Uji Effect Size Mediasi Upsilon V

Effect Size mediasi dapat diperoleh dari hasil perhitungan yang menggunakan effect size mediasi  $\epsilon^2$  yaitu dengan cara mengalikan hasil kuadrat pengaruh langsung 1 dengan pengaruh

langsung 2. Efek mediasi disebut sebagai  $\epsilon^2$  yang diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien mediasi. Interpretasi pada effect size ini mengacu pada Cohen dalam Ogbeibu, dkk (2021) yakni 0.175 yang berarti pengaruh mediasi tinggi, 0.075 yang berarti pengaruh mediasi medium atau sedang, dan 0.01 yang berarti pengaruh mediasi rendah.

#### **H. Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis memanfaatkan analisis pemodelan persamaan struktural (SEM) dari seluruh model dengan SmartPLS. Pada model persamaan struktural tidak hanya mengkonfirmasi suatu teori, tetapi juga menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis dengan melihat nilai koefisien jalur yang dihitung pada saat pengujian model internal. Hipotesis diterima jika nilai t-statistik lebih besar dari nilai t-tabel. Uji hipotesis menggunakan uji t dengan kriteria tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $p\text{ value} < \alpha$ . Penelitian ini menggunakan  $\alpha = 0,05$ . berarti nilai t-statistik masing masing hipotesis lebih besar dari tabel sehingga dapat di anggap diterima atau ditolak.