

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada paradigma positivistik, yakni suatu pendekatan ilmiah yang berpijak pada filsafat positivisme. Pendekatan ini menekankan pada proses pengujian teori secara objektif melalui pengumpulan dan analisis data numerik. Model ini sering disebut sebagai pendekatan konfirmatori karena bertujuan untuk menguji validitas teori atau hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Peneliti menggunakan teknik deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari teori atau asumsi yang telah ada untuk diuji di lapangan. Langkah awal dalam pendekatan ini adalah merumuskan hipotesis berdasarkan kajian teoritis, kemudian mengujinya dengan mengumpulkan data secara sistematis menggunakan instrumen penelitian yang telah dirancang. Variabel-variabel dalam penelitian ini diukur dengan skala numerik dan hasil pengumpulan data dianalisis secara statistik (Sugiyono 2018a).

Seluruh data yang diperoleh dari lapangan kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (SmartPLS). Analisis ini dipilih karena mampu mengukur hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel, termasuk pengaruh mediasi. Proses ini dilakukan untuk menguji apakah hipotesis yang telah ditetapkan dapat diterima atau ditolak berdasarkan signifikansi statistik. Pendekatan kuantitatif umumnya melibatkan teknik pengambilan sampel secara acak, sehingga hasil yang diperoleh dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas, selama asumsi-asumsi statistik terpenuhi. Penggunaan metode ini memberikan keunggulan dalam hal ketelitian, keterukuran, dan kemampuan untuk melakukan pengujian hubungan antar variabel secara empiris (Sugiyono 2018a).

3.2 Variabel Penelitian

Variabel dijelaskan oleh Karlinger dalam Sugiyono, merupakan suatu konstruk atau karakteristik yang dapat diamati dan dijadikan objek penelitian. Suatu konsep atau sifat dikatakan sebagai variabel apabila memiliki nilai yang bervariasi atau berbeda antara satu objek dengan objek lainnya. Oleh karena itu, variabel mengacu pada suatu fenomena yang menunjukkan keragaman dan dapat diukur secara empiris. Sugiyono juga menegaskan bahwa variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji secara sistematis, karena mengandung unsur perubahan atau perbedaan yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Penentuan variabel sangat penting dalam proses penelitian, karena menjadi dasar dalam penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga proses analisis (Sugiyono 2018a). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu :

3.2.1 Variabel Eksogen (Variabel Independen)

Variabel eksogen atau *exogenous variable* sering kali disebut sebagai variabel prediktor atau dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai variabel bebas. Variabel ini didefinisikan sebagai unsur yang memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya, yaitu variabel endogen (terikat), baik dalam arah yang positif maupun negatif (Sugiyono 2018b). Dengan kata lain, variabel bebas merupakan faktor yang diduga menjadi penyebab atau pemicu terjadinya perubahan pada variabel terikat. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen yang berperan sebagai prediktor, yaitu pengalaman konsumen (X1), kualitas pelayanan (X2), dan citra merek (X3).

3.2.2 Variabel Endogen (Variabel Dependen)

Variabel endogen atau yang sering disebut sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lain, khususnya variabel bebas (independen). Variabel ini menjadi fokus utama dalam pengujian dampak atau akibat dari hubungan sebab-akibat dalam suatu model penelitian (Sugiyono

2018b). Dalam penelitian ini, loyalitas konsumen (Y) merupakan variabel endogen yang menunjukkan komitmen konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan *halal food*.

3.2.3 Variabel Intervening

Variabel intervening atau variabel mediasi merupakan variabel yang berperan dalam menjembatani atau menengahi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono variabel ini tidak berdiri sendiri, tetapi berfungsi untuk menjelaskan bagaimana dan sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ilmiah, variabel intervening sering kali digunakan untuk mengungkap proses atau mekanisme hubungan kausal antarvariabel yang tidak terlihat secara langsung. Keberadaan variabel ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap pola hubungan antarvariabel utama dalam penelitian (Sugiyono 2018b). Pada penelitian ini, kepuasan konsumen (Z) ditetapkan sebagai variabel intervening. Kepuasan ini mencerminkan penilaian konsumen terhadap pengalaman, kualitas pelayanan, dan citra merek yang dirasakan saat mengonsumsi *halal food*, yang berperan dalam memperkuat pengaruh pengalaman konsumen, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap loyalitas konsumen.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KOPKIT (Toko Kopi Kita) Padang yang memiliki 7 cabang yang berlokasi sebagai berikut.

Tabel 3.1 Daftar Cabang KOPKIT (Toko Kopi Kita) di Kota Padang

No	Nama Cabang	Alamat
1.	KOPKIT (Toko Kopi Kita) Ulak Karang	Jl. Jhoni Anwar No 9
2.	KOPKIT (Toko Kopi Kita) Gunung Pangilun	Jl. Gajah Mada No 10
3.	KOPKIT (Toko Kopi Kita) Abdul Muis	Jl. Abdul Muis No 9b, Jati Baru, Kec. Padang Timur
4.	KOPKIT (Toko Kopi Kita) Sutomo	Jl. DR Sutomo No 103
5.	KOPKIT (Toko Kopi Kita) Fabriek Padang	Jl. Parupuk Tabing
6.	KOPKIT (Toko Kopi Kita) Veteran	Jl. Veteran No 22b, Padang Pasir
7.	KOPKIT X SAVEY Pondok	Jl. Pd.No 106 Belakang pd, Kampung Pondok

Sumber : Diolah peneliti berdasarkan data BPJPH (diakses Juli 2026).

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya tingkat kunjungan konsumen serta variasi karakteristik usaha, mulai dari kafe hingga restoran yang berfokus pada penyajian makanan dan minuman yang sudah bersertifikasi halal. Selain itu, lokasi ini merepresentasikan pengalaman konsumsi yang beragam, baik dari segi pelayanan, suasana, maupun citra merek, sehingga relevan untuk mengkaji perilaku konsumen dalam mengonsumsi *halal food* di Kota Padang khususnya dalam bidang *coffee shop*.

3.3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian mencakup periode yang digunakan untuk seluruh proses penelitian, mulai dari observasi hingga pelaporan. Penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan Mei hingga Agustus 2026. Selama periode tersebut, berbagai kegiatan pengumpulan

data dan analisis akan dilakukan. Penjadwalan ini disesuaikan dengan kebutuhan dan ketersediaan sumber daya yang ada.

3.3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden tanpa melalui perantara atau sumber yang sudah ada sebelumnya. Data primer umumnya dikumpulkan secara khusus untuk kepentingan penelitian tertentu dan dapat digunakan kembali oleh peneliti lain bila diperlukan. Beberapa metode yang umum digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain wawancara, observasi, diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*), dan penyebaran kuesioner (Chandra and Priyono 2022). Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang mengunjungi *coffee shop* di Kota Padang yaitu KOPKIT Padang. Responden yang dipilih adalah konsumen yang sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu individu yang secara langsung melakukan pembelian dan mengonsumsi makanan dan minuman di lokasi tersebut.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian, populasi diartikan sebagai seluruh individu atau objek yang menjadi sasaran pengamatan dan memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Amin, Garancang, and Abunawas 2023). Berdasarkan jumlahnya, populasi dapat diklasifikasikan menjadi dua, yakni populasi terbatas (*finite population*) dan populasi tak terbatas (*infinite population*) (Jaya 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengunjungi dan melakukan pembelian makanan dan minuman di KOPKIT Padang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya jumlah pengunjung serta kemampuannya merepresentasikan perilaku konsumen dalam mengonsumsi *halal food* di Kota Padang. Penentuan populasi yang tepat sangat penting karena harus mencerminkan keseluruhan karakteristik yang ingin dikaji dalam penelitian ini (Abdullah 2015). Populasi yang sesuai akan mendukung

validitas eksternal dari hasil penelitian, sehingga kesimpulan yang diperoleh dapat digeneralisasikan secara luas.

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih secara spesifik untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Sampel harus memiliki karakteristik yang relevan dan mencerminkan populasi secara menyeluruh (Amin et al. 2023). Karena jumlah konsumen di lokasi penelitian tidak diketahui secara pasti, maka penentuan sampel dilakukan menggunakan pendekatan yang disesuaikan dengan model indikator. Hair menyatakan bahwa ukuran sampel yang ideal adalah lima hingga sepuluh kali jumlah indikator variabel yang digunakan. Penelitian ini memiliki 17 indikator, sehingga jumlah sampel minimum yang digunakan adalah 170 responden ($17 \times 10 = 170$). Ukuran sampel tersebut diharapkan mampu menggambarkan populasi dengan akurat serta mendukung proses analisis statistik secara valid.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan mengombinasikan *purposive sampling* dan *accidental sampling*. *Purposive sampling* digunakan untuk menetapkan kriteria responden, yaitu konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk pada *coffee shop* yang menjadi lokasi penelitian. *Accidental sampling* digunakan dengan memilih responden yang secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan memenuhi kriteria tersebut. Kombinasi kedua teknik ini diharapkan menghasilkan data yang relevan untuk menganalisis pengaruh pengalaman konsumen, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan serta loyalitas konsumen (Firmansyah and Dede 2022).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses penting dalam suatu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data sesuai kebutuhan guna menjawab rumusan masalah (Noor 2017). Pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur dan terkontrol sangat diperlukan untuk menjamin bahwa data yang diperoleh memiliki validitas dan reliabilitas tinggi. Tanpa pengawasan yang baik selama proses pengumpulan data,

hasil penelitian berisiko tidak mencerminkan kondisi lapangan secara akurat, walaupun instrumen penelitian telah dinyatakan valid dan reliabel (Siyoto and Sodik 2015). Beberapa metode umum dalam pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, studi dokumentasi, *focus group discussion* (FGD), dan penyebaran kuesioner (Noor 2017). Pemilihan teknik pengumpulan data harus disesuaikan dengan tujuan penelitian, jenis data yang dibutuhkan, serta karakteristik responden.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Teknik ini dipilih untuk mengukur persepsi langsung konsumen terhadap variabel pengalaman konsumen, kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan, dan loyalitas konsumen. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala Likert agar data yang diperoleh bersifat kuantitatif dan terstruktur. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada konsumen di lokasi penelitian. Sebelum pengisian, responden diberikan penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian dan cara pengisian kuesioner agar dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan pengalaman. Data yang diperoleh kemudian digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel serta peran kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi terhadap loyalitas konsumen.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sarana yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengukur data dalam suatu penelitian. Instrumen ini berfungsi untuk menangkap serta mengevaluasi fenomena baik dalam konteks alamiah maupun sosial yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian (Sugiyono 2016). Dalam studi ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan sejumlah indikator yang telah ditentukan sebelumnya.

Tabel 3.2 Defenisi Operasional dan Indikator variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Referensi
Pengalaman Konsumen (X1)	Pengalaman yang dirasakan konsumen dari seluruh interaksi dengan produk atau layanan, baik secara sensorik, emosional, maupun sosial.	1. <i>Sensory Experience</i> (Pengalaman Sensorik) 2. <i>Emotional Experience</i> (Pengalaman Emosional) 3. <i>Social Experience</i> (Pengalaman Sosial)	(Putri and Canggih 2025; Syty Nur Azizah and Kurniawati 2023)
Kualitas Pelayanan (X2)	Tingkat kemampuan layanan dalam memenuhi atau melebihi harapan konsumen	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) 2. <i>Empathy</i> (Empati) 3. <i>Assurance</i> (Jaminan) 4. <i>Reliability</i> (Keandalan) 5. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	(Akbar and Parvez 2009; Parasuraman et al. 1988)
Citra merek (X3)	Persepsi dan asosiasi konsumen terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman dan informasi yang diterima.	1. Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>) 2. Citra Produk (<i>Product Image</i>) 3. Citra Pemakai (<i>User Image</i>)	(Keller and Swaminathan 2020; Putri and Canggih 2025)

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Referensi
Loyalitas Konsumen (Y)	Komitmen konsumen untuk melakukan pembelian ulang, tetap menggunakan produk, dan merekomendasikan merek secara berkelanjutan.	1. <i>Repeat Purchase</i> (Pembelian Berulang) 2. <i>Retention</i> (Ketahanan terhadap Produk). 3. <i>Referrals</i> (Merekomendasikan)	(Keller and Swaminathan 2020; Putri and Canggih 2025)
Kepuasan Konsumen (Z)	Perasaan puas atau kecewa konsumen setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan awal.	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan	(Putri and Canggih 2025; Safitri et al. 2022)

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data berfungsi sebagai alat untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau menyajikan data secara sistematis berdasarkan informasi yang telah diperoleh, tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang bersifat umum atau melakukan generalisasi (Sugiyono 2016). Dalam penelitian ini, data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner diolah lebih lanjut dengan memberikan bobot pada setiap pernyataan

menggunakan skala *Likert*. Data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif melalui perhitungan nilai minimum, nilai rata-rata, serta standar deviasi, guna memperoleh gambaran umum mengenai respons dari para responden terhadap variabel yang diteliti.

3.7.2 Analisis SEM – PLS

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk merancang dan menguji model statistik yang kompleks. SEM bekerja secara lintas waktu (*cross-sectional*), bersifat linear, dan dapat digunakan secara universal dalam berbagai konteks penelitian. Teknik ini mencakup analisis faktor, analisis jalur, serta regresi (Rosyadi, Adi Artanto, and Febrianto 2021). Salah satu pendekatan dalam SEM adalah *Partial Least Squares* (PLS), yaitu metode non-parametrik yang tidak memerlukan asumsi distribusi normal pada data. Model dalam PLS terdiri atas dua komponen utama, yaitu model struktural yang menjelaskan hubungan antar variabel serta hipotesis yang diuji, dan model pengukuran yang menjelaskan keterkaitan antara konstruk dan indikator yang mengukurnya (Yamin 2023).

PLS-SEM sangat populer digunakan oleh para peneliti karena kemampuannya dalam memprediksi model yang kompleks dengan banyak konstruk, indikator, dan hubungan struktural, tanpa harus memenuhi syarat distribusi data tertentu. Pendekatan ini lebih menekankan pada tujuan prediktif dibandingkan hanya menjelaskan hubungan kausal secara semata (Hair and Alamer 2022). Keunggulan lain dari PLS adalah kemampuannya untuk digunakan dalam penelitian dengan jumlah sampel kecil dan data yang tidak terdistribusi normal. Pada model dengan indikator reflektif, hubungan diarahkan dari konstruk ke indikator, sementara pada model dengan indikator formatif, hubungan justru dimulai dari indikator menuju konstruk (Rosyadi et al. 2021).

Dalam PLS-SEM, evaluasi model pengukuran (*outer model*) dengan indikator reflektif dilakukan melalui pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas. Salah satu indikator kualitas model struktural (*inner model*) adalah nilai koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan sejauh mana variabel laten endogen dijelaskan oleh variabel lain dalam model (Budiarsi 2020). Sementara itu, untuk variabel dengan indikator formatif dilakukan melalui nilai Variance Inflation Factor ($VIF < 5$) dan signifikansi *outer weight* (nilai $p < 0,05$). Jika nilai p lebih dari 0,05, indikator tetap dapat dianggap valid bila VIF -nya masih di bawah ambang batas (Guenther et al. 2023; Hair and Alamer 2022; Putra 2022).

Secara keseluruhan, pendekatan PLS-SEM memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam tentang struktur konseptual, distribusi data, serta pengaruh antar variabel dalam model. Evaluasi model struktural dalam PLS-SEM dilakukan melalui uji signifikansi koefisien jalur (*path coefficient*) dan nilai R^2 (Chin 1998). Dalam penelitian ini, akan digunakan dua jenis model, yaitu model pengukuran (*outer model*) untuk menilai kualitas konstruk dan indikator, serta model struktural (*inner model*) untuk mengevaluasi hubungan antar variabel dalam menjelaskan pengaruh pengalaman konsumen, kualitas pelayanan, citra merek terhadap loyalitas konsumen *halal food* di Kota Padang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

3.7.2.1 Model Pengukuran/Outer Model

Tahap awal dalam analisis PLS-SEM adalah mengevaluasi model pengukuran atau *outer model*. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian dapat dikatakan valid dan reliabel (Ghazali and Latan 2021). Evaluasi ini terdiri atas dua tahapan utama, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.7.2.1.1 Uji Validitas

Validitas dalam model PLS dapat diuji melalui dua pendekatan, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity* (Anuraga, Sulistiyawan, and Munadhiroh 2017). *Convergent validity* dievaluasi menggunakan dua indikator utama yaitu *loading factor* dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). *Loading factor* diukur melalui nilai *outer loadings*, yang idealnya harus signifikan secara statistik. Menurut Chin dalam Ghazali & Latan, nilai *outer loading* minimal sebesar 0,5 hingga 0,6 sudah memenuhi syarat *convergent validity*. Jika nilai *outer loading* suatu indikator berada di bawah 0,5, maka indikator tersebut sebaiknya dikeluarkan dari model karena dianggap tidak valid. *Outer loading* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator mampu menjelaskan konstruk yang diukurnya secara memadai.

Selain menggunakan nilai *outer loading*, *convergent validity* juga dievaluasi melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE digunakan untuk mengukur kemampuan konstruk dalam menjelaskan varians indikator-indikator yang membentuknya. Suatu konstruk dinyatakan memiliki *convergent validity* yang baik apabila nilai AVE lebih besar dari 0,50 (Hair and Alamer 2022). Setelah seluruh konstruk memenuhi kriteria *convergent validity*, tahap berikutnya adalah menguji *discriminant validity*. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian memiliki karakteristik yang berbeda dan tidak mengukur konsep yang sama.

Dalam penelitian ini, *discriminant validity* diuji menggunakan dua pendekatan, yaitu *cross loading* dan *Fornell-Larcker Criterion* (Hair and Alamer 2022). Hasil pengujian tersebut digunakan untuk menilai apakah setiap indikator memiliki hubungan yang lebih kuat dengan

konstruknya sendiri dibandingkan dengan konstruk lainnya. Jika nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk, maka konstruk tersebut dinyatakan memiliki *discriminant validity* yang baik (Hair et al. 2019).

3.7.2.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten saat dilakukan pengukuran ulang. Dalam konteks PLS, reliabilitas diuji menggunakan dua indikator utama, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghazali and Latan 2021; Hair et al. 2019). *Cronbach's Alpha* mengukur konsistensi internal antar indikator yang diasumsikan memiliki bobot yang sama. Nilai reliabilitas dianggap baik apabila nilai *Cronbach's Alpha* berada di atas 0,7. Sementara itu, *Composite Reliability* juga mengukur konsistensi internal, namun tidak mengasumsikan bobot indikator yang sama. Nilai reliabilitas pada *Composite Reliability* dinyatakan baik apabila nilainya di atas 0,7. Kedua ukuran ini memberikan gambaran tentang sejauh mana instrumen pengukuran memiliki stabilitas internal dalam mengukur konstruk yang diteliti (Hair et al. 2019).

3.7.2.2 Model Struktural/*Inner Model*

Pengujian *inner model* atau model struktural merupakan tahapan dalam analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang bertujuan untuk menilai hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen. Model ini dibangun berdasarkan hipotesis penelitian dan dirancang untuk menjelaskan arah serta kekuatan pengaruh antar konstruk laten. Dengan demikian, *inner model* berfungsi untuk menguji kebenaran hipotesis serta sejauh mana model dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya (Ghazali

and Latan 2021). Tahapan evaluasi terhadap *inner model* meliputi beberapa indikator sebagai berikut.

3.7.2.2.1 Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk menunjukkan proporsi varians dari variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar proporsi varians yang dapat dijelaskan oleh model. Hair mengklasifikasikan nilai R^2 sebagai berikut: R^2 sebesar 0,75 dikategorikan sebagai kuat, 0,50 sebagai sedang (moderat), dan 0,25 sebagai lemah.

3.7.2.2.2 Ukuran Efek (*Effect Size – f²*)

Ukuran efek atau *effect size* (f^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen secara individual dalam model struktural. Nilai f^2 sebesar 0,02 dikategorikan sebagai kecil, 0,15 sebagai sedang, dan 0,35 sebagai besar (Ghazali and Latan 2021). Dengan demikian, nilai f^2 memberikan informasi tambahan mengenai pentingnya masing-masing jalur dalam model. Ukuran efek ini menjadi indikator penting dalam interpretasi hasil model, karena selain melihat signifikansi jalur, kita juga dapat menilai dampak praktis dari variabel-variabel yang ada. Meskipun suatu hubungan dalam model mungkin signifikan secara statistik, nilai f^2 membantu menentukan apakah kontribusi suatu konstruk eksogen terhadap variabel endogen memiliki dampak yang cukup besar dalam menjelaskan varians pada konstruk target. Oleh karena itu, ukuran efek ini menjadi krusial dalam memastikan bahwa model yang dibangun tidak hanya signifikan

secara statistik tetapi juga substansial secara praktis dalam menggambarkan hubungan antar variabel.

3.7.2.2.3 Uji Statistik (*Bootstrapping*)

Prosedur *bootstrapping* merupakan teknik inferensial yang digunakan untuk menguji signifikansi parameter jalur (*path coefficient*) melalui pendekatan simulasi. Prosedur ini dilakukan dengan mengambil sampel ulang dari data asli untuk menghitung distribusi estimasi parameter. Hasil dari *bootstrapping* menghasilkan dua indikator utama, yaitu nilai t-statistik dan *p-value*. Hubungan antar variabel laten dikatakan signifikan apabila nilai t-statistik > t-tabel atau *p-value* < 0,05. Kriteria ini menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk dalam model signifikan pada tingkat kepercayaan 95% dan tingkat signifikansi 5%. Pada penelitian ini, nilai t-tabel ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan rumus $df = n - k$ (Hair et al. 2017, 2019).

3.7.2.2.4 Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

Koefisien jalur menunjukkan kekuatan dan arah pengaruh antara konstruk eksogen terhadap konstruk endogen dalam model. Nilai koefisien jalur dinyatakan dalam bentuk standar (*standardized coefficients*) dengan rentang antara -1 hingga +1. Koefisien bernilai positif menunjukkan pengaruh yang searah, sedangkan koefisien bernilai negatif menunjukkan pengaruh yang berlawanan arah. Nilai yang mendekati ± 1 menunjukkan pengaruh yang kuat dan signifikan secara statistik, sementara nilai yang mendekati 0 mengindikasikan pengaruh yang lemah atau tidak signifikan (Rifai, Sihite, and Pratiwi 2018; Rumengan, Lengkong, and Saerang 2023).

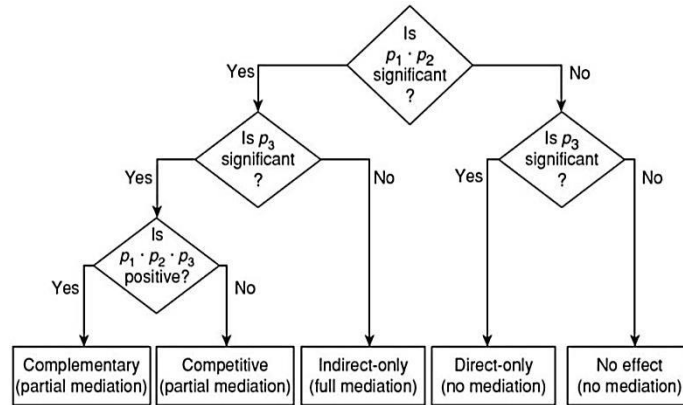
3.7.2.2.5 Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung atau *indirect effect* merujuk pada kontribusi variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui satu atau lebih konstruk mediasi yang berfungsi sebagai perantara dalam hubungan kausal. Dalam konteks analisis jalur, pengaruh tidak langsung menjadi penting karena membantu menjelaskan mekanisme atau proses perantara yang menghubungkan penyebab dan akibat. Variabel mediasi memungkinkan identifikasi hubungan sebab-akibat yang lebih kompleks dan mendalam, di mana pengaruh suatu konstruk tidak secara langsung ditransmisikan ke konstruk target, tetapi melalui variabel antara yang mengemban fungsi penyaluran efek (Darwin and Umam 2020).

Hair membagi bentuk mediasi menjadi tiga jenis. Pertama *complementary mediation*, yaitu ketika pengaruh langsung dan tidak langsung sama-sama signifikan serta bergerak dalam arah yang konsisten. Kedua *competitive mediation*, yang terjadi saat keduanya signifikan namun saling bertolak belakang arah pengaruhnya. Ketiga, *indirect-only mediation*, yaitu hanya pengaruh tidak langsung yang signifikan, sementara pengaruh langsungnya tidak. Selain itu, Hair juga mengidentifikasi dua tipe non-mediiasi, yaitu *direct-only non-mediation*, yang menunjukkan bahwa hanya efek langsung yang signifikan tanpa keterlibatan jalur mediasi dan *no-effect non-mediation*, di mana baik pengaruh langsung maupun tidak langsung tidak menunjukkan signifikansi statistik. Oleh karena itu, pengujian terhadap pengaruh tidak langsung tidak hanya diperlukan untuk menguji hipotesis mediasi,

tetapi juga untuk memperkaya pemahaman teoretis terhadap hubungan antar konstruk yang lebih bersifat kompleks dan mendalam.

Gambar 3.1 Kategori *Indirect Effect*



Sumber : Hair et.al., 2019