

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Maret-Agustus 2023. Peneliti memilih waktu tersebut berdasarkan pertimbangan alokasi waktu yang paling efektif, sehingga dapat memudahkan peneliti dalam melaksanakan proses penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta yang beralamatkan di Jalan Rawangmangun Muka, Kecamatan Pulo Gadung, Jakarta Timur. Alasan pemilihan tempat tersebut disebabkan karena peneliti menemukan masalah pada tingkat intensi berwirausaha pada Mahasiswa yang menarik perhatian, khususnya pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang mendapatkan mata kuliah Kewirausahaan selama masa perkuliahan. Oleh karena itu, Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dirasa tepat oleh peneliti untuk dijadikan subjek dalam penelitian ini. Adapun mengenai timeline proses penelitian dapat dilihat melalui tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Timeline Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Alokasi Waktu (2023)						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug
1.	Pengajuan Judul	✓						
2.	Penyusunan Proposal Penelitian		✓	✓	✓	✓		
3.	Sidang Proposal Penelitian						✓	
4.	Penyebaran Kuesioner Penelitian						✓	
5.	Penyusunan BAB IV dan V						✓	✓
6.	Sidang akhir							✓

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2023)

3.2 Desain Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Sebuah teori didefinisikan dalam penelitian kuantitatif sebagai sekelompok variabel terkait yang disatukan dalam hipotesis atau proposisi yang menjelaskan hubungan antara aspek arah dan besaran di antara berbagai variabel. Langkah berikutnya diuji secara kuantitatif hingga akhirnya sampai pada temuan akhir berupa hipotesis yang teruji (Ferdinand, 2014).

Penggunaan teori dalam penelitian kuantitatif bersifat deduktif dan teori ditemukan di awal proposal penelitian untuk memverifikasi atau menguji suatu teori karena peneliti mengumpulkan data yang digunakan untuk memverifikasi keakuratan teori untuk mengkonfirmasi atau menyangkalnya berdasarkan hasil.

Adapun Desain dari penelitian ini adalah penelitian korelasional. Penelitian korelasional yaitu penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi Pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, Dengan penelitian korelasional, peneliti bisa memperoleh informasi mengenai hubungan yang terjadi, yaitu hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y). Adapun variabel yang digunakan di antaranya dua variabel bebas yaitu Pengetahuan Kewirausahaan (X1), dan Media Sosial (X2), lalu satu variabel terikat yaitu Intensi Berwirausaha (Y). Metode tersebut dipilih sebagai desain penelitian karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk melihat adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi suatu penelitian didefinisikan sebagai orang-orang yang menarik minat peneliti dalam menggeneralisasikan hasil penelitian. Populasi juga dapat didefinisikan sebagai jumlah total unit (individu, organisasi, peristiwa, objek, atau item) dari mana sampel dipilih untuk (Ayudhia, 2019). Populasi yang digunakan

dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 yang mendapatkan mata kuliah Kewirausahaan.

Tabel 3.1 Program Pendidikan yang Mendapatkan Mata Kuliah Kewirausahaan

No	Fakultas	Jenjang	Prodi	Nama Mata Kuliah	Jumlah Mahasiswa
1.	Fakultas Ilmu Pendidikan	S1	Manajemen Pendidikan	Pendidikan Kewirausahaan	93
		S1	Teknologi Pendidikan	Kewirausahaan	80
2.	Fakultas Ekonomi	DIV	Pemasaran Digital	Kewirausahaan Digital	80
		DIV	Administrasi Perkantoran Digital	Kewirausahaan Digital	80
		DIV	Akuntansi	Kewirausahaan Digital	80
		S1	Pendidikan Ekonomi	Kewirausahaan Digital	120
		S1	Pendidikan Administrasi Perkantoran	Kewirausahaan Digital	80
		S1	Pendidikan Bisnis	Kewirausahaan Digital	80
		S1	Bisnis Digital	Kewirausahaan Digital	80
		S1	Akuntansi	Kewirausahaan Digital	120
		S1	Manajemen	Kewirausahaan Digital	160
		3.	Fakultas Ilmu Sosial	S1	PPKN
S1	Pendidikan Sosiologi			Kewirausahaan	70
S1	Sosiologi			Inovasi dan Kewirausahaan Sosial	70
S1	Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial			Kewirausahaan	70
S1	Ilmu Komunikasi			<i>Entrepreneurship</i>	60
DIV	Humas dan Komunikasi Digital			<i>Entrepreneurship</i>	80
DIV	Perjalanan Wisata			Kewirausahaan	80
4.	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	S1	Pendidikan Biologi	Kewirausahaan berbasis Biologi	80
		S1	Kimia	Kewirausahaan	80
		S1	Pendidikan Kimia	Kewirausahaan	80
		S1	Pendidikan Fisika	Kewirausahaan	80
		S1	Pendidikan Matematika	Kewirausahaan	80
		S1	Matematika	Kewirausahaan	80
		S1	Ilmu Komputer	Kewirausahaan	80
		S1	Fisika	Kewirausahaan	80
		S1	Statistika	Kewirausahaan	80

5.	Fakultas Teknik	S1	Teknik Elektro	<i>Technopreneurship and Innovation</i>	60
		S1	Pendidikan Teknik Elektronika	<i>Technopreneurship and Innovation</i>	80
		S1	Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer	<i>Entrepreneurship</i>	60
		S1	Pendidikan Teknik Mesin	<i>Technopreneurship and Innovation</i>	80
		S1	Pendidikan Tata Boga	Kewirausahaan	60
		DIV	Seni Kuliner dan Pengelolaan Jasa Makanan	Kewirausahaan	80
		DIV	Kosmetik dan Perawatan Kecantikan	Workshop Kewirausahaan	80
6.	Fakultas Bahasa dan Seni	S1	Pendidikan Bahasa Inggris	<i>Ele Management/Proyek Manajemen</i>	50
		S1	Pendidikan Bahasa Jepang	Kewirausahaan	78
		S1	Pendidikan Bahasa Mandarin	Teori Kewirausahaan	78
		S1	Pendidikan Seni Tari	Kewirausahaan	60
		S1	Pendidikan Seni Rupa	Kewirausahaan Industri Kreatif	70
7.	Fakultas Psikologi	S1	Psikologi	Kewirausahaan	160

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2023)

3.3.2 Sampel

Ferdinand (2014) menyatakan bahwa sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Ferdinand (2014) juga menyatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar dari 100 sampai 200 responden. Untuk setiap estimated parameter, ukuran sampel minimum 5 dan maksimum 10. Jumlah sampel yang ideal dan representatif diperoleh dari jumlah indikator penelitian dikali 5 sampai 10. Sampel dalam penelitian Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Pengambilan sampel didefinisikan sebagai tindakan, proses, atau teknik untuk memilih sampel (Kindy et al., 2016). Dalam penelitian ini populasi peneliti termasuk dalam kategori jumlah yang banyak, maka peneliti menggunakan sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang telah mendapatkan mata kuliah Kewirausahaan. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel *Proportionate Stratified Random*

Sampling. Proportionate Stratified Random Sampling yaitu cara pengambilan sampel yang digunakan bila anggota populasinya tidak homogen dan jumlah unit dalam stratanya jumlahnya tidak sama (Hidayat A. A., 2017). Dalam pengambilan sampel, peneliti merujuk pada tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% dari jumlah populasi yang diambil.

Jumlah anggota sampel total ditentukan menggunakan Rumus Taro Yaname dan Slovin, hal ini mengacu pada pendapat Riduwan dan Engkos (2011) bahwa Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yaname dan Slovin apabila populasi sudah diketahui. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{3279}{1 + 3279 (0,05)^2}$$

$$n = 356$$

Dimana:

n = jumlah anggota sampel

N = jumlah populasi

e² = batas kesalahan

Dengan rumus tersebut yang berdasarkan pada populasi terjangkau, maka jumlah anggota sampel seluruhnya adalah 356 orang. Jumlah anggota sampel berstrata dilakukan dengan cara pengambil sampel secara *proportional random sampling* yaitu menggunakan rumus alokasi proportional:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Dimana:

n_i = jumlah anggota sampel menurut stratum

n = jumlah anggota sampel seluruhnya

N_i = jumlah anggota populasi menurut stratum

N = jumlah anggota populasi seluruhnya

Maka, alokasi jumlah anggota sampel berdasarkan mahasiswa yang mendapatkan mata kuliah kewirausahaan per fakultas adalah sebagai berikut:

$$FIP = \frac{173 \cdot 356}{3279} = 19$$

$$FE = \frac{880 \cdot 356}{3279} = 96$$

$$FIS = \frac{510 \cdot 356}{3279} = 55$$

$$FMIPA = \frac{720 \cdot 356}{3279} = 78$$

$$FT = \frac{500 \cdot 356}{3279} = 54$$

$$FBS = \frac{336 \cdot 356}{3279} = 36$$

$$Fpsi = \frac{160 \cdot 356}{3279} = 18$$

$$\text{Total Sampel} = 356$$

3.4 Pengembangan Instrumen

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu pengetahuan kewirausahaan dan media sosial sebagai variabel independen, dan intensi berwirausaha sebagai variabel dependen, Berikut ini dijelaskan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini:

1. Pengetahuan Kewirausahaan

a. Definisi Konseptual

Pengetahuan kewirausahaan adalah informasi dan pemahaman yang dibutuhkan maupun dimiliki seseorang guna menghasilkan suatu nilai kreativitas untuk mencapai kesuksesan dalam melakukan kegiatan wirausaha.

b. Definisi Operasional

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan kewirausahaan dalam penelitian ini adalah pengetahuan mengenai usaha yang dirintis, pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab, pengetahuan tentang manajemen dan organisasi, dan mencari peluang usaha. Pengetahuan kewirausahaan termasuk dalam data primer (diperoleh melalui metode kuesioner) dengan menggunakan skala Likert 5 poin.

c. Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Instrumen penelitian yang digunakan pada variabel pengetahuan kewirausahaan yaitu menggunakan angket atau kuesioner. Indikator yang akan digunakan adalah pengetahuan mengenai usaha yang dirintis, pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab, pengetahuan tentang manajemen dan organisasi, dan mencari peluang usaha.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Variabel Pengetahuan Kewirausahaan

No	Indikator	Butir Uji		Butir		Sumber	
		Coba		Drop	Final		
		(+)	(-)		(+)		(-)
1.	Pengetahuan mengenai usaha yang dirintis	1, 2	3			Suratno et al (2020), Leres (2018),	
2.	Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab	4, 5	6			Ramadhania (2018), Nisa dan Murniawaty (2020), Abdullah dan Septiany (2019), Raya (2022)	
3.	Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi	7, 8	9				
4.	Mencari peluang usaha.	10, 11	12				

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2023)

2. Media sosial

a. Deskripsi Konseptual

Media sosial merupakan media yang bisa digunakan oleh wirausahawan untuk menjalin komunikasi, interaksi, dan berbagi informasi mengenai usahanya.

b. Deskripsi Operasional

Pemanfaatan media sosial terbagi menjadi 4 (empat) indikator yaitu konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi.

c. Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh media sosial pada intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Instrumen penelitian yang digunakan pada variabel pemanfaatan media sosial yaitu menggunakan angket atau kuesioner.

Indikator yang akan digunakan adalah *context* (konteks), *communication* (komunikasi), *collaboration* (kolaborasi) dan *connection* (koneksi). Kisi-kisi instrumen pada variabel pemanfaatan media sosial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Variabel Media sosial

No	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Final		Sumber
		(+)	(-)		(+)	(-)	
1.	<i>Context</i> (konteks)	13, 14	15, 16				Bate'e (2019), Mayfield (2008), Indriyani dan Suri (2020), Wenas (2018)
2.	<i>Communication</i> (komunikasi)	17, 18	19, 20				
3.	<i>Collaboration</i> (kolaborasi)	21, 22	23, 24				
4.	<i>Connection</i> (koneksi)	25, 26	27, 28				

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2023)

3. Intensi Berwirausaha

a. Definisi Konseptual

Intensi berwirausaha adalah keyakinan dalam diri seseorang untuk menjadi wirausaha dan ditanamkan dalam dirinya komitmen dan perilaku yang kuat untuk membangun suatu usaha.

b. Definisi Operasional

Intensi berwirausaha dapat diukur melalui 3 dimensi yaitu pilihan, keinginan, dan perencanaan.

c. Kisi-Kisi Instrumen Intensi Berwirausaha

Kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Instrumen penelitian yang digunakan pada variabel intensi berwirausaha

yaitu menggunakan angket atau kuesioner. Indikator yang akan digunakan adalah *preference* (pilihan), *desire* (keinginan), dan *plan* (perencanaan).

Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Intensi Berwirausaha

No	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Final		Sumber
		(+)	(-)		(+)	(-)	
1.	<i>Preference</i> (pilihan)	29, 30	31, 32				Katz Gartner (2021), Azjen dan Fishbein
2.	<i>Desire</i> (keinginan)	33, 34	35, 36				(2015), Wati
3.	<i>Plan</i> (perencanaan)	37, 38	39, 40				(2018), Zulfickar dan Sobandi (2020)

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah informasi yang telah dikumpulkan dengan melakukan penelitian. Mendapatkan data yang dapat diandalkan, peneliti harus melakukan beberapa teknik untuk mengumpulkannya. Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Menurut Creswell (2014), langkah-langkah pengumpulan data meliputi penetapan batas-batas penelitian, mengumpulkan informasi melalui tidak terstruktur atau semi terstruktur pengamatan dan wawancara, dokumen, dan bahan visual, serta menetapkan protokol untuk merekam informasi. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan lembar tugas itu digunakan oleh peneliti pada saat melakukan penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian sebagai teknik pengumpulan data dengan media pengumpulan data berbentuk skala psikologi. Skala adalah suatu metode pengumpulan data berupa pertanyaan-pertanyaan yang tertuju pada indikator perilaku. Pertanyaan-

pertanyaan tersebut digunakan untuk memancing jawaban yang merefleksikan keadaan diri subjek yang biasanya tidak disadari oleh responden yang bersangkutan. Serta data yang diungkap berupa konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 2016). Skala merupakan metode pengumpulan data yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang menunjukkan indikator perilaku. Tujuan dari pertanyaan tersebut adalah memancing subjek merefleksikan dirinya. Kemudian, data yang diperoleh adalah konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadiannya (Azwar, 2016).

Penelitian ini menggunakan model skala psikologi yang berbentuk *likert scale*. Sugiyono (2017), skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok individu dalam suatu fenomena sosial. Responden diminta untuk memberikan tanda berupa *check list* pada jawab yang dinilai cenderung sesuai dengan dirinya. Berikut jawaban yang akan dipilih oleh responden, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot nilai sebagai berikut:

Tabel 3.5 Skala Penelitian Instrumen

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-ragu (R)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Skala yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga yaitu skala dari variabel pengetahuan kewirausahaan, variabel media sosial, dan variabel intensi berwirausaha

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Lexy J. Moleong (2010) yang merupakan penulis buku berjudul *Metode Penelitian Kualitatif*, analisis data adalah kegiatan analisis dalam suatu penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah semua data dari instrumen penelitian, seperti catatan, dokumen, hasil tes, rekaman, dan lain-lain. Analisis data adalah pengolahan data yang diperoleh menggunakan rumus atau aturan-aturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian. Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan kesimpulan.

Dalam menganalisis data dan perhitungan statistik, peneliti menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) PLS-SEM adalah bagian dari proses *Structural Equation Modeling* (SEM), yang digunakan terutama untuk pengembangan teori penelitian. Berikut adalah konsep dasar mengenai analisis PLS-SEM:

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran pada PLS-SEM membangun sebuah kriteria evaluasi non-parametrik dan menggunakan prosedur *bootstapping* dan *blindfolding* (Hair et al., (2014). Fokus dari evaluasi model pengukuran adalah mengevaluasi validitas dan reliabilitas dari pengukuran konstruk atau indikator. Pada model pengukuran reflektif di penelitian ini, evaluasi model pengukuran dilakukan dengan menggunakan *internal consistency (composite reliability)*, *indikator reliability*, *convergent validity (average variance extracted)* dan *discriminant validity*. Pengukuran *internal consistency* dilakukan dengan menggunakan statistic composite reliability (ρ_c) yang dihitung melalui:

$$\rho_c = \frac{(\sum_i l_i)^2}{(\sum_i l_i)^2 + \sum_i \text{var}(e_i)}$$

Semakin tinggi nilai *outer loading* pada sebuah konstruk menunjukkan bahwa indikator-indikator pada konstruk tersebut memiliki banyak kesamaan. Karakteristik ini disebut sebagai indikator *reliability*. Nilai *outer loading* pada

semua indikator harus signifikan secara statistik dengan ketentuan nilai minimal adalah 0,708. Ketika nilai *outer loading* yang diperoleh berada dalam interval 0,4-0,7 harus dipertimbangkan untuk dikeluarkan dari model. Dengan catatan, jika penghapusan atau pengeluaran indikator tersebut dari model dapat meningkatkan nilai *composite reliability* dan nilai *average variance extracted* (AVE). Secara umum, *Convergent validity* dapat diukur menggunakan nilai AVE dengan ketentuan nilai AVE harus lebih besar dari 0,5. Artinya, ketika nilai AVE lebih besar dari 0,5 maka secara rata-rata konstruk menjelaskan lebih dari setengahnya (50%) varians setiap indikatornya. Sebaliknya jika nilai AVE lebih kecil dari 0,5 maka secara rata-rata terdapat lebih banyak kekeliruan dibandingkan dengan varians yang dijelaskan oleh konstruk. Pengukuran *discriminant validity* dapat dilakukan salah satunya dengan menggunakan nilai *cross loadings* variabel indikator. Secara umum, nilai *outer loadings* dari sebuah variabel indikator harus lebih besar dari semua nilai *outer loadings* variabel indikator tersebut terhadap konstruk yang lain. Menurut Abdillah & Hartono (2015) terdapat empat pengukuran yang dilakukan melalui *outer model*, antara lain :

1) *Convergent Validity* (Validitas Konvergen)

Validitas konvergen berkaitan dengan prinsip bahwa dimensi suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas ini terjadi ketika hasil yang didapatkan dari dua instrumen berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi yang tinggi. Aturan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* > 0,7, *communality* > 0,5 dan *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5. Hal ini diartikan bahwa dalam uji validitas konvergen skor dari AVE dan *Communality* harus bernilai > 0,5 sampai 0,7.

2) *Discriminant Validity* (Validitas Diskriminan)

Discriminant validity berkaitan dengan prinsip bahwa pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Validitas ini terjadi ketika dua instrumen yang berbeda mengukur dua konstruk yang

diduga tidak memiliki korelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Pengujian *discriminant validity* dinilai berdasarkan *cross loading* dengan konstraknya. Metode lain yang digunakan untuk menilai *discriminant validity* yaitu dengan melihat hasil *Average Variance Extracted* (AVE), dengan nilai $AVE > 0,5$.

3) *Composite Reliability*

Pada penelitian ini, selain melakukan uji validitas PLS dilakukan juga uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. *Composite reliability* mengukur nilai sebenarnya reliabilitas suatu konstruk. Aturan praktis pada *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7.

4) *Cronbach's Alpha*

Maksud pengujian ini adalah untuk mengkonfirmasi nilai yang didapatkan dari *composite reliability*, pengukuran dari pengujian ini jika data mempunyai nilai *Cronbach alpha* $> 0,7$ maka dapat dikatakan data tersebut reliabel.

b. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan dalam beberapa tahap yaitu pengujian kolinieritas, pengujian signifikansi hubungan pada model struktural dan mengukur nilai R^2 . Pengujian kolinieritas dilakukan dengan menggunakan statistik VIF yang harus lebih besar dari 0,2 tetapi lebih kecil dari 5. Jika nilai yang diperoleh lebih kecil dari 0,2 dan atau lebih besar dari 5, konstruk harus dapat dipertimbangkan untuk dieliminasi atau dihilangkan dari model struktural atau digabungkan dalam satu konstruk yang lain. Pengujian signifikansi hubungan pada model struktural dilakukan dengan menggunakan statistik t yang diperoleh setelah *path coefficient* diestimasi. Algoritma PLS-SEM menghasilkan nilai *path coefficient* (ρ) yang distandarisasi dengan rentang nilai -1 sampai dengan +1. Nilai *path coefficient* yang mendekati nilai +1

menunjukkan hubungan positif yang kuat sedangkan jika nilainya mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat (Hair et al., 2014). Statistik t untuk *path coefficient* (ρ) antara variabel laten endogen ke- i dan ke- j dengan standar diperoleh melalui metode *bootstrap* dengan formula:

$$t = \frac{\rho_{ij}}{se_{ij}^*}$$

Nilai kritis yang digunakan ketika ukuran sampel lebih besar dari 30 dan pengujian dua pihak adalah 1,65 untuk taraf signifikansi 10%, 1,96 untuk taraf signifikansi 5% dan 2,57 untuk taraf signifikansi 1%. Ketika nilai t yang diperoleh lebih besar dari nilai kritis maka *path coefficient* signifikan pada taraf signifikansi yang digunakan. Nilai koefisien determinasi R^2 merupakan ukuran akurasi model prediksi yang dihitung sebagai nilai korelasi yang dikuadratkan antara nilai aktual dengan nilai prediksi konstruk variabel endogen tertentu. Dengan kata lain, koefisien ini menunjukkan pengaruh gabungan antara variabel laten eksogen pada variabel laten endogen. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 sampai dengan 1, dimana semakin tinggi nilai semakin tinggi nilai akurasi prediksi model yang diperoleh dengan kriteria 0,75 tinggi, 0,5 sedang dan 0,25 rendah (Hair et al., 2014). Berikut ini tahap yang peneliti lakukan dalam perhitungan inner model, meliputi :

1) T-Statistic

Uji *T-Statistic* bertujuan untuk menguji signifikansi jalur yang akan dihipotesiskan. Pengujian ini menggunakan pendekatan statistik yang diukur dengan alat uji *t-statistic*. Derajat alpha yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5% dengan nilai kritis yang digunakan yaitu sebesar 1.96. Dengan demikian, jika nilai *t-statistic* > 1.96 diartikan hipotesis dapat diterima.

2) R-Square (R^2)

Untuk mengukur validitas *Goodness of Fit* (GOF) dalam model, maka dalam penelitian ini dilakukan uji R-Square. Adapun ketentuan dari pengujian R-Square (R²) yaitu :

- a) Nilai R² = 0.67 mengindikasikan bahwa model struktural dipengaruhi oleh variabel independen dengan variabel dependen pada penelitian bertaraf baik atau besar.
- b) Nilai R² = 0.33 mengindikasikan bahwa model struktural berpengaruh sedang antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- c) Nilai R² = 0.19 mengindikasikan bahwa model struktural mempengaruhi variabel independen pada tingkat yang lemah terhadap variabel dependen.

3) F-Square (F²)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh relatif variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, maka dalam penelitian ini dilakukan pengujian F-Square. Adapun kriteria dalam pengujian ini meliputi :

- a) Nilai (F²) = 0.02 mengindikasikan bahwa nilai tersebut bernilai lemah mempengaruhi variabel independen dengan variabel dependen.
- b) Nilai (F²) = 0.15 mengindikasikan bahwa nilai tersebut bernilai medium atau sedang mempengaruhi variabel independen dengan variabel dependen.
- c) Nilai (F²) = 0.35 mengindikasikan bahwa nilai tersebut bernilai baik atau besar mempengaruhi variabel independen terhadap variabel dependen.

4) Variance Inflation Factor (VIF)

Variance Inflation Factor merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel-variabel independen di antara satu sama lain. Tujuannya adalah untuk memeriksa apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel. Adapun kriteria dalam pengujian ini meliputi:

- a) Data dikatakan terdapat masalah dan terjadi multikolinieritas jika nilai VIF = 10.00. 73

- b) Data diartikan tidak terdapat masalah dan tidak terjadi multikolinieritas jika Nilai VIF < 10.00 .

