

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini berlangsung pada bulan Januari hingga bulan Juli 2024. Tempat penelitian ini diselenggarakan di Jabodetabek dengan target responden para generasi milenial yang sudah memiliki penghasilan. Target responden dari penelitian ini dikirim survei *online* melalui situs media sosial (Instagram, Whatsapp, Line, dan TikTok). Alasan peneliti memilih media tersebut untuk menyebarkan kuesioner karena media sosial memiliki jangkauan yang luas dan populer di kalangan generasi milenial, sehingga sangat berpotensi untuk menjangkau responden yang sesuai dengan target penelitian dalam jangka waktu yang ditentukan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat partisipasi dan respons dari para responden.

3.2. Desain Penelitian

Peneliti menggunakan metodologi kuantitatif pada penelitian ini. Menurut Priadana & Sunarsi (2021) penelitian kuantitatif memerlukan pemeriksaan metodis terhadap suatu fenomena melalui pengumpulan data yang dapat dikuantifikasikan melalui metode statistik, matematis, atau komputasi. Jenis-jenis penelitian kuantitatif yang termasuk dalam kategori ini adalah:

a. Penelitian Survei

Salah satu jenis penelitian yang dilakukan di lapangan untuk mengumpulkan informasi adalah penelitian survei. Setiap proyek studi bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan asli.

b. Penelitian Eksperimen

Metode penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak perlakuan tertentu terhadap gejala pada satu kumpulan dibandingkan dengan kumpulan lainnya yang menerima perlakuan yang berbeda. (Priadana & Sunarsi, 2021).

Pada sebuah penelitian kuantitatif, metode penelitian yang dapat digunakan adalah metode survei, *ex post facto*, eksperimen, evaluasi, *action research*, dan *policy research* (selain metode naturalistik dan sejarah) (Afifah, 2023). Dalam penelitian ini, kuesioner daring terstruktur yang dimaksudkan untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dari responden didistribusikan sebagai bagian dari pendekatan survei sebagai langkah untuk pengumpulan data. Data primer adalah sumber data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi hipotesis dan menentukan bagaimana variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu *attitude towards donation* dan *perceived behavioral control* terhadap *intention to donate* melalui *desire to donate*.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah kategori untuk klasifikasi yang mencakup item dan subjek dengan jumlah serta atribut yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti untuk penelitian dan pengambilan kesimpulan (Sugiyono, 2018). Lalu, Priadana & Sunarsi (2021) mengemukakan populasi merupakan semua subjek yang diteliti oleh seorang peneliti. Semua unsur yang menunjukkan ciri-ciri atau perilaku yang berkaitan dengan masalah penelitian yang diamati termasuk dalam kelompok ini. Dalam statistik, populasi merujuk kepada sekelompok individu yang akan menjadi subjek sampel statistik dalam suatu penelitian. Maka dari itu, populasi dapat didefinisikan sebagai kumpulan orang yang dikategorikan menurut standar yang sebanding (Afifah, 2023). Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menetapkan generasi milenial di Jabodetabek yang sudah memiliki penghasilan sebagai populasi dari penelitian ini.

3.3.2. Sampel

Priadana & Sunarsi (2021) berpendapat sampel mengacu pada sebagian dari suatu populasi yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan populasi lainnya. Sedangkan, statistik adalah nilai yang dihitung yang berasal dari sampel ini. Jika populasinya besar, peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi karena

sejumlah tantangan di masa depan, termasuk kurangnya sumber daya, waktu, dan tenaga. Oleh karena itu, dalam hal ini, diperlukan sampel yang diambil dari populasi tersebut. (Priadana & Sunarsi, 2021).

Metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* ditentukan oleh peneliti. Teknik *sampling* ini bertujuan untuk melakukan pemilihan responden yang akan menjadi bagian dari sampel penelitian serta untuk memastikan bahwa target responden mencerminkan dengan baik karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian. *Non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang di mana tidak setiap elemen atau anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Sedangkan, *purposive sampling* memilih jumlah sampel yang akan diperiksa dengan mempertimbangkan unsur-unsur tertentu yang memenuhi persyaratan yang diinginkan (Sugiyono, 2018). Peneliti telah memilih target responden dari penelitian berikut ini. Kriteria peneliti dalam memilih responden antara lain sebagai berikut:

- a. Generasi milenial (kelahiran 1981 hingga 1996). Hal ini dikarenakan generasi milenial merupakan masyarakat sosial yang paham teknologi dan mudah beradaptasi dengan teknologi (Sulistyawan, 2020). Kemampuan ini membuat generasi milenial mudah mengakses berbagai informasi tentang *crowdfunding* di internet.
- b. Berdomisili di Jabodetabek.
- c. Memiliki penghasilan. Generasi milenial adalah kelompok usia produktif yang mayoritasnya telah memasuki dunia kerja. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), persentase angkatan kerja berdasarkan usia menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki tingkat partisipasi yang signifikan, dengan 96,36% pada rentang usia 30-34 tahun, 97,51% pada usia 35-39 tahun, dan 97,95% pada usia 40-44 tahun (Badan Pusat Statistik, 2024).
- d. Mengetahui platform *crowdfunding online*, agar memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara kerja dan manfaat *crowdfunding*.

Mengacu pada Hair et al., (2017), peneliti menetapkan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini dengan mengambil 10 dikali total indikator formatif tertinggi yang digunakan untuk mengukur satu konstruk untuk memperkirakan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini. Menurut aturan umum ini, ukuran sampel minimum model jalur PLS harus sepuluh kali lebih banyak daripada jumlah anak panah yang mengarah ke variabel laten. Secara khusus, ukuran sampel yang diperlukan harus ditentukan melalui analisis daya berdasarkan bagian dari model dengan jumlah prediktor terbanyak (Hair et al., 2017). Peneliti memilih jumlah indikator formatif terbanyak untuk penelitian ini adalah 12 indikator, yang terdapat pada variabel independen. Hasilnya, jumlah total responden untuk penelitian ini adalah:

$$n = 10 \times \text{total indikator formatif terbesar}$$

$$n = 10 \times 12$$

$$n = 120 \text{ responden}$$

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *purposive sampling* digunakan bersama dengan metode *non-probability sampling* oleh peneliti. Peneliti mengaplikasikan pernyataan Hair et al., (2017) untuk menghitung jumlah sampel, dan diperoleh jumlah sampel minimal 120 responden.

3.4. Pengembangan Instrumen

Sugiyono (2019) mendefinisikan perangkat penelitian sebagai media yang dimanfaatkan untuk menilai peristiwa sosial dan kondisi yang diamati.

3.4.1. *Attitude towards Donation*

a. Definisi Konseptual

Attitude towards donation adalah pandangan, perasaan, dan kecenderungan seseorang untuk bertindak terkait dengan kegiatan memberikan sumbangan atau donasi. Sikap ini bisa positif, negatif, atau netral, dan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti nilai-nilai pribadi, pengalaman pribadi, dan tingkat empati dalam berdonasi.

b. Definisi Operasional

1. Penilaian, pandangan, dan perasaan individu terhadap *crowdfunding*

2. Pengalaman individu terhadap *crowdfunding*

3.4.2. *Perceived Behavioral Control*

a. Definisi Konseptual

Perceived behavioral control merujuk pada keyakinan seseorang tentang sejauh mana seseorang mampu atas sumber daya yang digunakan dalam melakukan donasi. Ketika seseorang merasa bahwa mereka memiliki cukup kendali dan tidak menghadapi hambatan, mereka akan lebih cenderung untuk melakukan donasi.

b. Definisi Operasional

1. Ketersediaan sumber daya individu untuk *crowdfunding*
2. Keyakinan diri individu terhadap *crowdfunding*
3. Kontrol diri individu terhadap *crowdfunding*

3.4.3. *Desire to Donate*

a. Definisi Konseptual

Desire to donate adalah dorongan atau keinginan seseorang untuk melakukan donasi, baik berupa uang, barang, waktu, maupun tenaga, kepada individu atau organisasi. Banyak hal yang bisa berdampak pada keinginan tersebut, antara lain nilai-nilai pribadi, pengalaman pribadi, dan tingkat empati dalam berdonasi.

b. Definisi Operasional

1. Minat individu terhadap *crowdfunding*
2. Motivasi individu untuk melakukan *crowdfunding*

3.4.4. *Intention to Donate*

a. Definisi Konseptual

Intention to donate adalah niat atau rencana seseorang untuk melakukan donasi baik berupa uang, barang, waktu, maupun tenaga, kepada individu atau organisasi. Banyak hal yang bisa berdampak pada niat

tersebut, antara lain nilai-nilai pribadi, pengalaman pribadi, dan tingkat empati dalam berdonasi.

b. Definisi Operasional

1. Kesiediaan individu untuk melakukan *crowdfunding*.
2. Rencana individu untuk melakukan *crowdfunding*.

3.4.5. Operasional Variabel

Tabel 3.1 menyajikan indikator-indikator variabel independen (x), variabel dependen (y), dan variabel mediasi (z) yang akan disertakan dalam kuesioner penelitian ini untuk disebarakan pada target responden. Berikut adalah tabel indikator penelitian yang memuat pertanyaan-pertanyaan penelitian:

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<i>Attitude towards Donation (X1)</i>	Sikap afektif individu terhadap <i>crowdfunding</i>	<i>Investing in crowdfunding is a wise decision</i> (Yulandreano & Rita, 2023).	Berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> merupakan keputusan yang bijaksana.
		<i>Investing in crowdfunding is the right investment</i> (Yulandreano & Rita, 2023b).	Saya merasa keputusan untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> adalah hal yang tepat.
		<i>I have a positive opinion about contributing to crowdfunding campaigns</i> (Shneor & Munim, 2019).	Saya memiliki pandangan yang positif terhadap berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>I think that purchasing sporting goods online is worthy</i> (Chiu et al., 2018).	Bagi saya, berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> adalah hal yang berharga.
Sikap instrumental individu terhadap <i>crowdfunding</i>	Sikap instrumental individu terhadap <i>crowdfunding</i>	<i>Investing in crowdfunding provides short & long-term benefits for me</i> (Yulandreano & Rita, 2023b).	Berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> sangat bermanfaat bagi saya.
		<i>Participating in a civic crowdfunding project is a good way for solving the social problems around me</i> (Hajiheydari & Delgosha, 2023).	Berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> adalah langkah yang baik untuk menyelesaikan masalah sosial di sekitar saya.

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
Perceived Behavioral Control (X2)	Perceived controllability	<i>I think saving money makes me a better person</i> (Widyastuti et al., 2016).	Bagi saya, berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> membuat saya menjadi pribadi yang lebih baik.
		<i>I invest in crowdfunding with the knowledge I have</i> (Yulandreano & Rita, 2023b).	Saya berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> dengan pengetahuan yang saya miliki.
		<i>I have enough opportunities to participate in crowdfunding for sustainability projects</i> (Kim & Hall, 2021b).	Saya memiliki kesempatan yang cukup dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>I have enough resources (money) to travel internationally.</i> (Lee et al., 2012)	Saya memiliki sumber daya yang cukup untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
	Efikasi Diri	<i>I have enough time to travel internationally.</i> (Lee et al., 2012)	Saya memiliki waktu yang cukup untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>The decision to contribute to crowdfunding campaigns is entirely up to me</i> (Shneor & Munim, 2019b).	Keputusan untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> sepenuhnya tergantung pada saya.
		<i>I would be able to contribute crowdfunding campaigns (If I wanted to)</i> (Shneor & Munim, 2019b).	Saya yakin bahwa jika saya ingin, saya dapat berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>Whether or not I participate to crowdfunding campaigns is entirely up to me</i> (Shneor & Munim, 2019b).	Keputusan saya berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> ataupun tidak sepenuhnya tergantung pada saya.
		<i>If I want to, then I can easily practice sustainable activities in the workplace</i> (Meng et al., 2022)	Jika saya mau, maka saya akan dengan mudah berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>For me, practicing sustainable activities in the workplace is not difficult</i> (Meng et al., 2022)	Bagi saya, berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> tidak sulit.
		<i>I do want to participate in crowdfunding for sustainability</i> (Kim & Hall, 2021b).	Saya berminat untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
	Minat individu terhadap <i>crowdfunding</i>	<i>I am enthusiastic in my desire to participate in visitor economy crowdfunding</i> (Kim & Hall, 2019).	Saya bersemangat untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>I am eager to participate in visitor economy crowdfunding</i> (Kim & Hall, 2019).	Saya ingin terlibat dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>My desire to participate in crowdfunding for sustainability is passionate.</i> (Kim & Hall, 2021b).	Minat saya untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> kuat.
Desire to Donate (Z)	Motivasi individu untuk melakukan <i>crowdfunding</i>	<i>I wish to undertake individual outdoor activities in the near future</i> (Kim et al., 2023)	Saya berharap untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> dalam waktu dekat.
		<i>My wish to travel internationally in the near future can be described desirably.</i> (Lee et al., 2012)	Keinginan saya untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> dalam waktu dekat dapat digambarkan dengan penuh keinginan.
Intention to Donate (Y)	Kesediaan individu untuk melakukan <i>crowdfunding</i> .	<i>I want to have an unforgettable memory when revisiting the Oriental medicine herbal festival</i> (Song et al., 2014)	Saya ingin memiliki kenangan yang tak terlupakan ketika berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>My willingness to invest in the crowdfunding project is high</i> (Alharbey & Van Hemmen, 2021).	Saya memiliki minat yang tinggi untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>I keep looking information Relating to Toyota Agya/Daihatsu Ayla cars</i> (Suhud & Willson, 2019).	Saya terus mencari informasi tentang <i>crowdfunding</i> .
		<i>I am sure Toyota Agya/Daihatsu Ayla is suitable to me to buy</i> (Suhud & Willson, 2019).	Saya yakin berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> cocok bagi saya untuk dicoba.
		<i>I always talk about Toyota Agya/Daihatsu Ayla with friends</i> (Suhud & Willson, 2019).	Saya selalu membicarakan <i>crowdfunding</i> kepada teman – teman saya.

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
		<i>I intend to save time and money to revisit the Oriental medicine herbal festival</i> (Song et al., 2014)	Saya berniat untuk menyimpan uang dan waktu saya untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i>
		<i>I would like to encourage people around me to invest in visitor economy crowdfunding</i> (Kim & Hall, 2019).	Saya akan mendorong orang-orang di sekitar saya untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
		<i>I will contribute in the near future</i> (Yulandreano & Rita, 2023b).	Saya akan berdonasi di kegiatan <i>crowdfunding</i> dalam waktu dekat.
		<i>I will often contribute to crowdfunding</i> (Yulandreano & Rita, 2023b).	Saya akan lebih sering untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> .
	Rencana individu untuk melakukan <i>crowdfunding</i> .	<i>I will invest time and money in individual outdoor activities in the near future</i> (Kim et al., 2023).	Saya akan menginvestasikan waktu dan uang untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> dalam waktu dekat.
		<i>I plan to undertake individual outdoor activities in the near future.</i> (Kim et al., 2023).	Saya berencana untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> dalam waktu dekat.
		<i>The probability that I would fund the crowdfunding project is high.</i> (Alharbey & Van Hemmen, 2021).	Kemungkinan saya akan berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> tinggi.
		<i>I will make an effort to purchase sporting goods online in the future</i> (Chiu et al., 2018).	Saya akan berusaha untuk berdonasi dalam kegiatan <i>crowdfunding</i> di masa depan.

Sumber : Data diolah Peneliti (2024)

3.4.6. Penyusunan Indikator Kuesioner

Peneliti membuat angket penelitian dengan menggunakan instrumen yang dimodifikasi dari indikator angket penelitian sebelumnya, keseluruhannya sesuai dengan tujuan penelitian. Hal ini dilakukan karena indikator - indikator penelitian ini merupakan konstruk dari teori Model of Goal-Directed Behavior yang dirumuskan oleh Perugini dan Bagozzi pada tahun 2001. Setelah melakukan riset

terhadap penelitian terdahulu, peneliti melakukan adaptasi indikator terdahulu dan disesuaikan pada dengan fokus penelitian ini.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Saat menyebarkan survei penelitian, peneliti menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Line, TikTok, dan lainnya untuk menjangkau target responden secara daring, dengan cara menyebarkan *broadcast* ke grup, pesan pribadi, dan juga mengunggah poster informasi pengisian kuesioner berupa tautan dari Google Form kuesioner penelitian. Data hasil kuesioner tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh *attitude towards donation* dan *perceived behavioral control* terhadap *intention to donate* melalui *desire to donate* pada generasi milenial di Jabodetabek.

Menurut Priadana & Sunarsi (2021) kuesioner, juga dikenal sebagai angket atau kuesioner yang dikelola sendiri, adalah metode pengumpulan data di mana peserta diberi seperangkat pertanyaan untuk dijawab secara mandiri. Responden diberikan akses untuk mengisi kuesioner melalui tautan daring yang dapat diakses melalui perangkat komputer, ponsel cerdas, atau tablet. Responden dapat mengisi kuesioner tersebut secara fleksibel sesuai kenyamanan mereka, selama terhubung dengan internet. Priadana & Sunarsi (2021) menyatakan bahwa kuesioner terbagi menjadi dua, yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka tidak menyertakan jawaban pilihan, sehingga responden dapat dengan bebas dan leluasa memilih jawaban. Untuk survei tertutup, pertanyaan tertulis dilengkapi dengan jawaban pilihan sehingga peserta dapat memilih salah satu opsi.

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, sehingga kuesioner pada penelitian ini dikembangkan oleh skala Likert. Menurut Sugiyono (2019) skala likert adalah alat untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau kejadian sosial. Variabel yang akan diukur ditransformasikan menjadi dimensi, dimensi menjadi subvariabel, dan subvariabel menjadi indikator yang bisa diukur dengan menggunakan skala likert. Pengembangan item-item instrumen, yang berupa pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab oleh responden, dapat dimulai dari penanda-penanda yang dapat

diukur ini (Priadana & Sunarsi, 2021). Melalui hal tersebut, sistem penilaian penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert Lima Poin

Skor dalam Skala Likert	Pernyataan Positif
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber : Data diolah Peneliti (2024)

Peneliti memilih menggunakan skala likert lima poin karena keakuratannya dalam menilai pendapat atau persepsi responden terhadap penelitian yang terkait. Selain itu, menurut Hair et al., (2017) penggunaan skala lima likert akan mempengaruhi hasil yang lebih mendukung dan lebih baik. Meskipun skala likert adalah jenis ordinal, jika disajikan dengan cermat, kemungkinan besar skala likert dapat mendekati pengukuran tingkat interval, sehingga variabel yang sesuai dapat dimanfaatkan dalam SEM. Penggunaan skala ini juga memfasilitasi analisis data yang lebih efisien.

3.6. Teknik Analisis Data

Menurut Priadana & Sunarsi (2021), analisis penelitian meliputi penelusuran seluruh data yang berasal dari peralatan penelitian, antara lain penulisan, arsip, hasil evaluasi, audio, dan berbagai bentuk data lainnya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memudahkan interpretasi data sehingga dapat diambil kesimpulan. Pengolahan data kuantitatif memerlukan sejumlah langkah. Langkah-langkah yang perlu dilalui dalam proses pengolahan data, termasuk:

a. Pengumpulan Data

Pada tahapan ini, peneliti menghimpun data - data yang diperlukan.

b. Penyuntingan (*Editing*)

Peneliti memverifikasi bahwa alat pengumpulan data, telah diisi dengan lengkap dan jelas.

c. Pengodean (*Coding*)

Metode untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan respons dengan memberikan simbol numerik pada setiap respons responden sesuai dengan faktor-faktor yang diteliti.

d. Tabulasi

Data yang dikodekan ke dalam tabel dimasukkan, disusun, dan dihitung oleh peneliti (Priadana & Sunarsi, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *software* PLS-SEM untuk melakukan pengolahan dan analisis data. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) adalah *software* untuk menganalisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). PLS-SEM telah mendapat minat yang luas di kalangan peneliti. Hal ini tercermin dalam jumlah besar dari makalah penelitian terbaru yang menghadirkan sudut pandang baru tentang metode ini (Hair et al., 2017). Langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk meneliti data adalah sebagai berikut:

3.6.1. Outer Model

3.6.1.1 Uji Validitas Data

Uji validitas adalah prosedur yang digunakan untuk mengukur tingkat kebenaran data yang telah dikumpulkan oleh peneliti; hasil dari uji tersebut menunjukkan apakah data tersebut valid atau tidak (Sugiyono, 2018). Ghazali (2009) menjelaskan bahwa penggunaan uji validitas bertujuan untuk menilai keabsahan sebuah angket. Jika pertanyaan suatu angket mampu menghasilkan informasi mengenai hal yang ingin dianalisis oleh angket tersebut, maka hal tersebut dianggap terpercaya. Dengan kata lain, jika sebuah angket dianggap terpercaya, maka pertanyaan-pertanyaan di dalamnya mampu secara efektif menggambarkan variabel atau fenomena yang sedang diteliti, sehingga data yang diperoleh dapat diandalkan dalam analisis dan penarikan kesimpulan. Uji validitas penelitian ini diperoleh dari pernyataan Hair et al., (2017), yaitu :

a. *Convergent Validity*

Convergent validity adalah pengujian yang melihat seberapa baik keterkaitan satu pengukuran dengan pengukuran lain dari konstruk yang sama. Kriteria dari *convergent validity* menurut Hair et al., (2017) adalah

semua indikator harus memiliki *outer loading* yang tinggi dan signifikan, dengan nilai terkecil 0.7. *Average Variance Extracted* (AVE) harus minimal 0.50 untuk menunjukkan bahwa varians yang diekstrak dari konstruk lebih besar daripada varians kesalahan pengukuran.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity adalah pengujian yang menentukan seberapa besar perbedaan suatu konstruk dengan konstruk lain secara nyata berdasarkan kriteria empiris. Pendekatan pertama untuk menilai validitas diskriminan dari indikator biasanya menggunakan *cross loading*, HTMT, dan *fornel lacker*. Lebih khusus lagi, semua pembebanan silang (yaitu korelasi) pada konstruk lain harus lebih kecil dari pembebanan eksternal pada konstruk yang relevan. Tabel dengan kolom untuk variabel laten dan batang untuk variabel indikator adalah cara paling efektif untuk menghitung dan menyajikan *cross loading*.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu jenis uji yang digunakan untuk mengamati seberapa baik hasil pengukuran yang dihasilkan dengan menggunakan objek yang identik sehingga menghasilkan hasil yang sebanding (Sugiyono, 2018). Sebuah kuesioner dianggap reliabel ketika hasil pengukurannya konsisten dari waktu ke waktu. Hal ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan dari responden mencerminkan fenomena atau variabel yang diukur secara akurat, tanpa dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak relevan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji reliabilitas yang dirumuskan oleh Hair et al., (2017), yaitu :

a. *Cronbach's Alpha* (α)

Cronbach's Alpha, sebagai standar untuk mengukur konsistensi internal, memberikan perkiraan reliabilitas dengan mempertimbangkan hubungan antar variabel indikator yang diamati. Nilai *Cronbach's Alpha* dianggap lolos apabila memiliki nilai $> 0,70$, artinya dapat diterima dalam penelitian.

b. *Composite Reliability*

Secara teknis, penggunaan *Composite Reliability* lebih tepat karena keterbatasan *Cronbach's Alpha*. Nilai *Composite Reliability* berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat reliabilitas yang lebih tinggi. Apabila hasil *Composite Reliability* lebih dari 0,70, artinya dapat diterima dalam suatu penelitian.

3.6.2. Inner Model

3.6.2.1 *R Square*

R square adalah metrik yang paling banyak digunakan untuk menilai model struktural. Dengan mengkuadratkan korelasi antara nilai aktual dan proyeksi konstruk endogen, *R square* menghitung tingkat prediksi model. Nilai *R square* yang baik, yaitu dari 0 hingga 1, menunjukkan tingkat akurasi prediksi yang lebih baik. *R square* dapat diinterpretasikan dengan kriteria sebagai berikut: nilai yang lebih besar dari 0,75 masuk ke dalam kelompok tinggi, nilai antara 0,5 hingga 0,75 masuk ke dalam kategori sedang, dan nilai antara 0 hingga 0,25 masuk ke dalam kategori rendah (Hair et al., 2017).

3.6.2.2 *Prediction Relevance (Q-square)*

Q square atau dikenal sebagai *predictive relevance*, digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik variabel independen memprediksi variabel dependen, mengindikasikan relevansi prediktif dari model tersebut. Jika nilai *Q-square* di atas 0, model menunjukkan relevansi prediksi yang akurat; namun jika kurang dari 0, model tersebut kurang relevan dalam memprediksi keakuratan suatu hasil penelitian (Hair et al., 2017).

3.6.2.3 *Model Fit*

Kecocokan model (*model fit*) penting untuk mengevaluasi sejauh mana model sesuai. Kriteria kecocokan model dievaluasi menggunakan *SRMR* (*Standardized Root Mean Square*) yang diharapkan $< 0,10$ atau bahkan 0,08, serta Nilai *NFI* (*Normal Fit Index*) yang idealnya mendekati 1, menunjukkan model yang cocok, baik, atau sesuai dengan data (Hair et al., 2017).

3.6.2.4 *Collinearity Assessment*

Sebuah ukuran terkait dari kolinearitas adalah *Variance Inflation Factor (VIF)*, yang didefinisikan sebagai kebalikan dari toleransi (Hair et al., 2017). Ketika dua atau lebih indikator dalam paradigma pengukuran formatif mempunyai hubungan yang substansial satu sama lain, hal ini disebut dengan kolinearitas. Ukuran yang diterima untuk menilai kolinearitas indikator adalah *Variance Inflation Factor (VIF)*. Derajat kolinearitas meningkat seiring dengan meningkatnya nilai VIF. Hair et al., (2017) mengemukakan tiga kriteria untuk menafsirkan nilai VIF:

- a. Nilai $VIF \geq 5$ menunjukkan adanya masalah antara lintas konstruk.
- b. Nilai $VIF = 3 - 5$ tidak melanggar uji asumsi multikolinieritas dan masih dapat diterima.
- c. Nilai $VIF < 3$ menunjukkan bahwa tidak ada masalah kolinearitas.

3.6.3. Uji Hipotesis

3.6.3.1 *Structural Model Path Coefficients*

Estimasi hubungan model struktural, yang menggambarkan hubungan dugaan antar konstruk, diperoleh setelah algoritma PLS-SEM dijalankan. Nilai standar koefisien jalur berkisar antara -1 dan $+1$. Estimasi *Path Coefficients* yang hampir mencapai $+1$ mewakili kolerasi positif dan kuat secara statistik. Tautannya semakin lemah jika koefisien yang dihitung semakin mendekati nol. Biasanya, tidak ada perbedaan yang berarti secara statistik antara nilai yang sangat rendah dan mendekati nol. Dalam uji hipotesis *path coefficient* SmartPLS, sebuah hipotesis dianggap diterima apabila memiliki nilai P value $< 0,05$, dan T Statistik $> 1,96$ (Hair et al., 2017).