

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama bulan Januari sampai bulan Juli 2024. Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan menerapkan survei berupa kuesioner kepada pelanggan *fitness*. Proses pengumpulan data akan dilakukan pada bulan Mei 2024 di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek).

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah teknik ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Suatu kegiatan penelitian diimplementasikan berdasarkan ciri keilmuan, yakni rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian dilaksanakan dengan cara yang masuk akal. Empiris yaitu penelitian dilakukan berdasarkan kenyataan. Sementara sistematis berarti proses yang dipakai dalam penelitian memiliki tata urutan tertentu (Sudaryana, 2022).

Penelitian kali ini mengambil metode kuantitatif. Menurut Priadana & Sunarsi (2021), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berawal dari sesuatu yang bersifat abstrak kemudian difokuskan dengan teori yang diformulasikan menjadi hipotesis untuk diuji sehingga menuju pada peristiwa yang konkrit. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai penelitian yang menggunakan banyak angka, mulai dari tahap inkorporasi, analisis, dan penampakan data (Sugiyono dalam Wreta, 2022). Survei adalah metode umum yang dipakai dalam penelitian kuantitatif untuk mencari hubungan antar variabel (Nanda, 2023).

3.2.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber data primer, yang berfungsi sebagai data utama dalam penulisan penelitian. Data primer adalah data mentah yang diperoleh secara langsung dari sumber utama (responden) untuk menjawab permasalahan dalam penelitian, dimana data tersebut sebelumnya tidak tersedia. Data primer ini dikumpulkan oleh peneliti dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada responden kemudian diolah peneliti (Siyoto & Sodik dalam Rakasiwi & Rialmi, 2023)

Berdasarkan penjelasan yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara melakukan penyebaran kuesioner yang berisi tautan Google Form pada pelanggan *fitness* di Jabodetabek melalui media sosial seperti WhatsApp *Group* dan Instagram.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Keseluruhan objek yang dijadikan sebagai target dan sasaran penelitian dalam ruang lingkup waktu yang ditentukan disebut sebagai populasi. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek-subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan. (Sugiyono dalam Sutrisno *et al.*, 2022). Seorang peneliti dapat lebih mudah untuk mengumpulkan data apabila mereka memiliki pemahaman yang cukup tentang keadaan, ukuran, dan karakteristik populasi.

Jabodetabek merupakan salah satu wilayah terpadat dengan jumlah penduduk mencapai 31,24 juta jiwa pada tahun 2020 dan memiliki pertumbuhan ekonomi yang baik dengan berkontribusi sekitar 26,2% dari PDB nasional pada tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2023). Karena jumlah penduduk yang besar, Jabodetabek memiliki keragaman demografis yang mencakup berbagai rentang usia, tingkat pendidikan,

dan latar belakang sosial-ekonomi. Selain itu, pertumbuhan pusat kebugaran dan gaya hidup sehat di Jabodetabek lebih cepat dibandingkan daerah lain di Indonesia karena tingginya urbanisasi dan kesadaran kesehatan di kalangan penduduknya. Total pusat kebugaran di Jabodetabek diperkirakan mencapai lebih dari 400 pusat kebugaran (Badan Pusat Statistik, 2023). Hal tersebut menjadikan Jabodetabek sebagai wilayah yang dapat mencerminkan populasi secara keseluruhan.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sebagian dari populasi yang menjadi sumber data penelitian dan tersusun dari berbagai karakteristik yang dimiliki oleh kelompok biasa disebut sampel (Priadana & Sunarsi, 2021). Penting untuk mendapatkan sampel penelitian yang representatif untuk menjamin validitas dari temuan penelitian. Sampel penelitian harus dipilih dengan hati-hati menggunakan teknik khusus agar dapat mencerminkan karakteristik yang relevan dari populasi. Menurut Hair *et al.* (2019), rumus dalam menghitung total calon responden yaitu total indikator \times (5-10). Berdasarkan panduan tersebut, maka rumus perhitungan total sampel minimal pada penelitian kali ini adalah $23 \times 10 = 230$. Maka calon responden yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah 230 responden.

Metode yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode *non-probability sampling* dengan penggunaan teknik *purposive sampling*. Penggunaan metode *purposive sampling* dimaksudkan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Kesesuaian sampel diupayakan dengan cara menetapkan syarat atau kriteria khusus sesuai tujuan penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian kali didasarkan beberapa kriteria dan pertimbangan tertentu agar sampel yang diambil dapat sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Pelanggan *fitness center* yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek)
- b. Berusia minimal 18 tahun
Usia 18 tahun merupakan awal masa dewasa sehingga bisa dianggap sudah dapat menganalisis pertanyaan yang diberikan agar dapat memberikan jawaban yang spesifik dan valid (Hurlock dalam Putri, 2019). Hal itu diperkuat dengan pernyataan Rahma (2021) yang mengemukakan bahwa usia 18-24 tahun termasuk dalam tahap remaja akhir. Pada tahap ini, fisik seseorang biasanya telah berkembang secara maksimal dan kemampuan berpikir menjadi lebih matang dibandingkan dengan remaja menengah.
- c. Pernah atau sedang menjadi pelanggan *fitness center* dalam tiga bulan terakhir
Pertimbangan ini dilakukan karena calon responden yang pernah menjadi pelanggan *fitness* dalam tiga bulan terakhir dapat memenuhi kriteria *Revisit Intention* dan memberikan jawaban yang spesifik.

3.4 Definisi Konseptual dan Operasional

Variabel dalam penelitian pada dasarnya merupakan suatu hal yang diputuskan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai acuan sebuah fenomena yang diamati sehingga diperoleh informasi dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono dalam Ulfa, 2021). Data yang telah dikumpulkan akan dijelaskan, dilampirkan, dan digunakan untuk mengevaluasi teori-teori yang dikemukakan dalam penelitian. Keabsahan data yang didapat akan sangat dipengaruhi oleh kualitas instrumen yang digunakan, selain proses pengumpulan data yang dipakai, instrumen memegang peranan yang sangat penting dalam menilai kualitas dari suatu penelitian karena perannya untuk mengubah fakta menjadi data. Akibatnya, jika instrumen tersebut valid dan dapat diandalkan serta cukup berkualitas, maka hasilnya akan sesuai dengan fakta atau kondisi aktual di lapangan.

3.4.1 *Revisit Intention*

Definisi Konseptual

Niat mengunjungi kembali merupakan suatu keadaan ketika pelanggan memutuskan untuk mengunjungi kembali tempat yang sama. Penjelasan ini diperkuat dengan definisi yang dikemukakan oleh Piancatelli *et al.* (2021) bahwa niat mengunjungi kembali diartikan sebagai keputusan konsumen untuk terlibat kembali dengan produk atau layanan yang sama di masa depan. Menurut Atmari & Putri (2021), keinginan berkunjung kembali dapat terjadi apabila ekspektasi pelanggan terpenuhi ketika menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan penyedia pada kesempatan sebelumnya. Dalam konteks pusat kebugaran, keinginan anggota *fitness* untuk kembali berkunjung sangat dipengaruhi oleh kepuasan konsumen terhadap layanan yang ditawarkan dan juga pengalaman yang dirasakan ketika berolahraga di pusat kebugaran (Eskiler & Safak, 2022). Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa niat berkunjung kembali merupakan keputusan konsumen untuk berkunjung kembali pada tempat yang sama di masa depan karena konsumen merasa terpuaskan terhadap layanan yang ditawarkan pada kesempatan sebelumnya.

Definisi Operasional

Menurut Satjawathee *et al.* (2023) terdapat tiga indikator dalam mengukur niat pelanggan untuk berkunjung kembali dalam konteks pusat kebugaran antara lain sebagai berikut:

- a. Keinginan berkunjung kembali pada pusat kebugaran yang sama dalam waktu dekat
- b. Keinginan menggunakan peralatan kebugaran di pusat kebugaran yang sama
- c. Keinginan menjadikan pusat kebugaran ini menjadi opsi pertama dibandingkan pusat kebugaran lainnya.

3.4.2 *Customer Satisfaction*

Definisi Konseptual

Tingkat kebahagiaan konsumen terhadap produk atau layanan yang diterimanya dari suatu bisnis tertentu disebut sebagai kepuasan pelanggan (Albarq, 2023). Hal tersebut sejalan dengan definisi yang dijelaskan oleh Puspitasari & Arianti (2023) bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat emosi konsumen ketika menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan serta evaluasi keseluruhan yang membandingkan kinerja yang dirasakan setelah pembelian dengan harapan pembelian. Menurut Ellitan (2023) apabila produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak dapat memenuhi ekspektasi konsumen maka akan mengakibatkan konsumen merasa kecewa dan begitu sebaliknya.

Dalam konteks kebugaran, kepuasan berkaitan dengan kesesuaian harapan pelanggan terhadap layanan dan pengalaman yang dirasakan saat menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan pusat kebugaran. Kepuasan pelanggan pada pusat kebugaran merupakan hal yang penting karena berkaitan dengan loyalitas pelanggan terhadap merek dan niat mereka untuk terus menggunakan pusat kebugaran di kemudian hari (García-Pascual *et al.*, 2023). Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan kesesuaian harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan penyedia.

Definisi Operasional

Menurut Jeon *et al.* (2021) terdapat empat indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan dalam konteks pusat kebugaran antara lain sebagai berikut:

- a. Kepuasan terhadap kualitas produk
- b. Kepuasan terhadap fasilitas
- c. Kepuasan terhadap pelayanan
- d. Pengalaman yang melebihi ekspektasi

3.4.3 *Store Atmosphere*

Definisi Konseptual

Istilah yang dipakai untuk menjelaskan emosi, perasaan, dan sikap konsumen terhadap pengalamannya saat berada di dalam toko yang berkaitan dengan desain dan lingkungan fisik toko disebut dengan atmosfer toko. Hal ini sejalan dengan definisi yang disampaikan oleh Calvo-Porrall & Lévy-Mangin (2021) bahwa atmosfer toko diartikan sebagai interaksi elemen berwujud dan tidak berwujud yang tercipta dari pikiran dan perasaan pelanggan berdasarkan wawasan, harapan, dan pengalaman sebelumnya. Menurut Piancatelli *et al.* (2021), konsep atmosfer merupakan upaya perancangan lingkungan untuk membuat efek emosional pada konsumen yang meningkatkan kemungkinan pembelian. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Puspitasari & Arianti (2023) yang mengemukakan bahwa *Store Atmosphere* dapat memberikan tanggapan dan menciptakan kenyamanan bagi konsumen ketika berada di dalam toko serta memengaruhi kepuasan.

Dalam konteks pusat kebugaran, tempat atau ruang di mana jasa olahraga diproduksi tidak dapat disembunyikan dan mempunyai pengaruh kuat terhadap persepsi dan perilaku pelanggan. Pemahaman terhadap dampak atmosfer toko terhadap pelanggan merupakan hal yang penting karena pelayanan pusat kebugaran sangat bergantung pada atmosfer tokonya (García-Fernández *et al.*, 2020). Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa atmosfer toko merupakan pengelolaan lingkungan fisik oleh penyedia untuk menghasilkan efek perasaan tertentu dengan tujuan menciptakan kenyamanan bagi konsumen ketika menikmati suasana di dalam toko.

Definisi Operasional

Menurut García-Fernández *et al.* (2020) terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur atmosfer toko dalam konteks pusat kebugaran antara lain sebagai berikut:

- a. Kondisi peralatan fasilitas
- b. Kondisi sekitar
- c. Sistem fasilitas
- d. Tata letak fasilitas
- e. Desain fasilitas

3.4.4 *Fitness Experience*

Definisi Konseptual

Pengalaman pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan di mana seseorang pernah menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan sebagai konsumen. Penjelasan ini diperkuat oleh definisi yang dikemukakan oleh Pei *et al.* (2020) bahwa pengalaman pelanggan merupakan tanggapan internal dan personal seorang konsumen terhadap interaksi secara langsung dan tidak langsung dengan penyedia dalam bentuk apapun. Menurut Kim & Kim (2022), pengalaman seseorang akan diingat secara baik atau buruk tergantung pada kondisi pelanggan pada saat menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan penyedia. Pengalaman yang sukses terjadi ketika pelanggan puas terhadap pengalaman yang berkesan, unik, dan berkelanjutan. Perusahaan yang menawarkan pengalaman yang berkesan dan menyenangkan dapat berpengaruh pada peningkatan kepuasan dan keinginan konsumen untuk datang kembali (Eskiler & Safak, 2022).

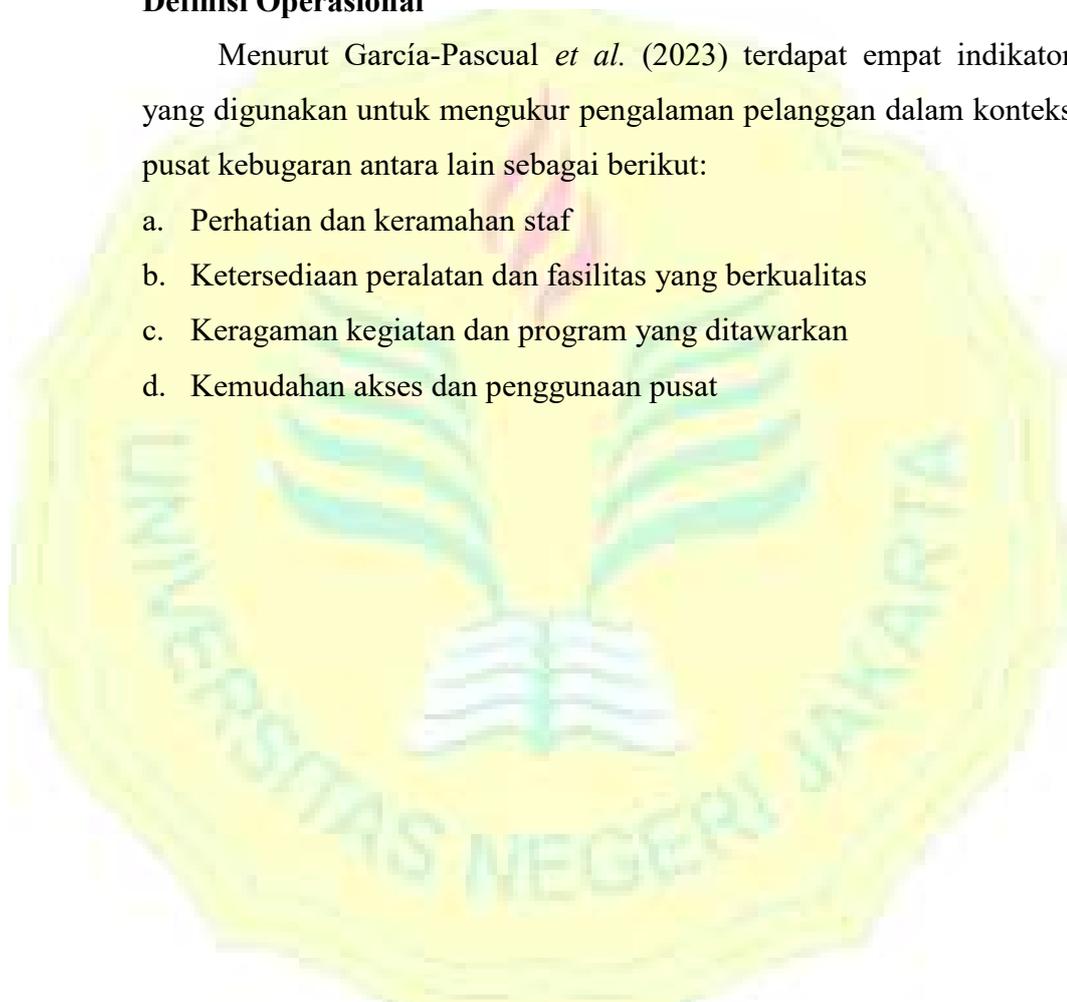
Dalam konteks pusat kebugaran, pengalaman layanan di pusat olahraga merupakan konsep kunci dalam industri olahraga dan rekreasi. Anggota pusat kebugaran mengharapkan pengalaman yang menyenangkan dari penyedia jasa pusat kebugaran. Hal ini mengacu pada persepsi subjektif pengguna dan evaluasi kualitas layanan yang

mereka terima di pusat kebugaran (García-Pascual *et al.*, 2023). Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengalaman pelanggan merupakan tanggapan subjektif seorang pelanggan terhadap keseluruhan proses interaksi dengan penyedia baik interaksi langsung ataupun tidak langsung.

Definisi Operasional

Menurut García-Pascual *et al.* (2023) terdapat empat indikator yang digunakan untuk mengukur pengalaman pelanggan dalam konteks pusat kebugaran antara lain sebagai berikut:

- a. Perhatian dan keramahan staf
- b. Ketersediaan peralatan dan fasilitas yang berkualitas
- c. Keragaman kegiatan dan program yang ditawarkan
- d. Kemudahan akses dan penggunaan pusat



Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM KUESIONER	ITEM KUESIONER ADAPTASI	
<i>Fitness Experience</i> (X1) Sumber: García-Pascual <i>et al.</i> (2023), Pei <i>et al.</i> (2020), Calvo-Porrál & Lévy-Mangin (2021), dan Torabi <i>et al.</i> (2022)	Perhatian dan keramahan staf	<i>The store personnel are kind and willing to help you</i>	Menurut saya, petugas pusat kebugaran bersikap ramah dan bersedia membantu pelanggan	
		<i>Guidance of service staff throughout the shopping</i>	Menurut saya, petugas pusat kebugaran memberikan arahan yang jelas pada pelanggan	
	Ketersediaan peralatan dan fasilitas berkualitas	<i>Complete service facilities</i>	Menurut saya, pusat kebugaran memiliki fasilitas yang lengkap	
		<i>Guarantee of product quality</i>	Menurut saya, pusat kebugaran menjamin kualitas peralatan yang disediakan	
	Keragaman kegiatan dan program yang ditawarkan	<i>Smart technology applications create exciting memories (memorable experiences) for me</i>	Menurut saya, program yang ditawarkan pusat kebugaran menciptakan pengalaman yang berkesan	
		<i>Smart technology applications make my travel pleasant through creating unique experiences</i>	Menurut saya, kegiatan yang ditawarkan pusat kebugaran menciptakan pengalaman unik dan menyenangkan	
	Kemudahan akses dan penggunaan pusat	<i>A simple and fast shopping procedure</i>	Menurut saya, prosedur pusat kebugaran sederhana dan cepat	
		<i>The whole process with CDM was easy</i>	Menurut saya, proses berolahraga pada pusat kebugaran mudah dilakukan	
	<i>Store Atmosphere</i> (X2) Sumber: García-Fernández <i>et al.</i> (2020)	Kondisi peralatan dan fasilitas	<i>Physical facilities are well maintained</i>	Menurut saya, fasilitas di pusat kebugaran terpelihara dengan baik
			<i>The equipment used is always in good working condition</i>	Menurut saya, peralatan yang digunakan di pusat kebugaran dalam kondisi kerja yang baik
Kondisi sekitar		<i>The music used in fitness center makes workout environment a more enjoyable place</i>	Menurut saya, musik yang diputar di pusat kebugaran membuat lingkungan latihan menjadi tempat yang lebih menyenangkan	
		<i>Fitness center is kept clean</i>	Menurut saya, kondisi kebersihan di pusat kebugaran terjaga dengan baik	
Sistem fasilitas		<i>Air quality is acceptable</i>	Menurut saya, kualitas udara di pusat kebugaran dapat diterima	

		<i>Temperature and humidity are comfortable</i>	Menurut saya, pusat kebugaran memiliki tingkat suhu dan kelembaban yang nyaman
	Tata letak fasilitas	<i>Fitness center have more than enough space for me to be comfortable</i>	Menurut saya, pusat kebugaran memiliki ruang yang cukup untuk membuat saya menjadi nyaman
	Desain fasilitas	<i>The buildings in fitness center are decorated in an attractive fashion</i>	Menurut saya, pusat kebugaran didekorasi dengan gaya yang menarik
<i>Customer Satisfaction (Z)</i> Sumber: Jeon <i>et al.</i> (2021) dan Pei <i>et al.</i> (2020)	Kepuasan terhadap kualitas produk	<i>I am very satisfied with the products during shopping</i>	Saya sangat puas dengan program latihan yang diberikan ketika berolahraga di pusat kebugaran
	Kepuasan terhadap fasilitas	<i>I am satisfied with the facility of the fitness center</i>	Saya puas dengan fasilitas yang disediakan oleh pusat kebugaran
	Kepuasan terhadap pelayanan	<i>I am satisfied with the service that the fitness center provides</i>	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan pusat kebugaran
	Pengalaman yang melebihi ekspektasi	<i>The quality of the fitness center outperforms my expectation</i>	Saya sangat puas dengan kualitas dari pusat kebugaran
<i>Revisit Intention (Y)</i> Sumber: Satjawathee <i>et al.</i> (2023)	Keinginan berkunjung kembali pada pusat kebugaran yang sama dalam waktu dekat	<i>I would like to revisit this fitness center in the near future</i>	Saya berencana untuk mengunjungi kembali pusat kebugaran ini dalam waktu dekat
	Keinginan menggunakan peralatan kebugaran di pusat kebugaran yang sama	<i>I will continue to use fitness equipment in this fitness center</i>	Saya berencana akan terus menggunakan peralatan kebugaran di pusat kebugaran yang sama
	Keinginan menjadikan pusat kebugaran ini menjadi opsi pertama dibandingkan pusat kebugaran lainnya.	<i>This fitness center would be my first choice over other fitness centers</i>	Saya memutuskan pusat kebugaran ini menjadi pilihan pertama dibandingkan pusat kebugaran lainnya

Sumber: Data diolah peneliti (2024).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian kali ini dilakukan secara objektif dan metodis. Peneliti menerapkan survei dengan menggunakan alat penelitian berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden sesuai dengan kriteria yang diperlukan. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan beberapa pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh responden (Sugiyono dalam Afriansyah *et al.*, 2021).

Kuesioner tersebut akan disebarakan menggunakan formulir *online* yaitu Google Form dan dibagikan melalui media sosial seperti Line, Instagram, dan WhatsApp agar dapat memperluas jangkauan responden yang dibutuhkan. Kuesioner ini terbukti efektif dan efisien dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan dua jenis metode kuesioner yaitu *multiple choices* dan *Likert scale*. Berikut penjelasan kedua metode tersebut:

1. *Multiple Choices Questions*

Kuesioner ini merupakan suatu bentuk atau jenis pertanyaan di mana masing-masing pertanyaan diberikan beberapa opsi jawaban dan hanya terdapat satu jawaban yang paling benar.

2. *Likert Scale*

Likert scale merupakan suatu teknik pengukuran yang didasarkan pada penggunaan kategori respon, di mana setiap penelitian memiliki tingkat responden yang berbeda-beda. Pada penelitian kali ini, peserta survei diminta untuk menilai persetujuan mereka terkait pernyataan yang diberikan pada skala sangat setuju hingga sangat tidak setuju seperti yang dapat dilihat pada Tabel 3.2. Peneliti memilih untuk menggunakan lima skala *Likert* karena dengan distribusi lima skala *Likert* dapat lebih merata dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Menurut Ardhini (2023), salah satu kelebihan dari menggunakan skala *Likert* dengan lima tingkat adalah kemampuannya untuk mengakomodir respons yang netral atau ragu-ragu dari para responden. Dalam hal ini, skala *Likert* yang terdiri dari lima opsi memungkinkan para responden untuk menyatakan pendapat mereka dengan lebih tepat, termasuk ketika mereka merasa tidak yakin atau memiliki sikap netral terhadap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Hal ini memberikan ruang bagi variasi respons yang lebih luas, memungkinkan responden untuk mengekspresikan ketidakpastian atau ketidakyakinan mereka terhadap pertanyaan yang diajukan. Berikut merupakan penjabaran dari setiap skalanya:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Ombea (2024).

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis SEM-PLS

Teknik analisis data dilakukan bertujuan untuk menentukan kesimpulan secara menyeluruh dari data-data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian kali ini adalah SEM (*Structural Equation Modeling*). SEM adalah metode analisis multivariat yang memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi hubungan kompleks antara variabel-variabel guna mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang model secara keseluruhan. (Wright dalam Hamid, 2019). Sebagaimana dinyatakan oleh Alfa (2019), SEM terdiri dari metode statistik untuk mengembangkan dan menguji model kausal yang merupakan jenis model statistik yang paling umum. SEM dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan linier yang simultan antara variabel yang dapat diobservasi (indikator) dan variabel yang tidak bisa diukur secara langsung (variabel laten). Berdasarkan Japariato & Anggono (2020), variabel laten tidak dapat langsung dikuantifikasi karena tidak teramati atau tidak terukur. Maka dari itu, variabel laten harus diukur melalui sejumlah indikator. Dalam teknik analisis data SEM, terdapat dua kategori variabel laten yakni:

- a. Variabel endogen (η) adalah variabel dependen atau hasil dari setidaknya satu hubungan sebab akibat berbasis model.
- b. Variabel eksogen (ξ) dikenal sebagai variabel eksogen atau variabel bebas yang tidak dipengaruhi oleh faktor lain dalam model.

Metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berdasarkan *Partial Least Squares* (PLS) digunakan untuk menilai hipotesis penelitian. PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang dibangun di atas komponen. Sebagaimana dinyatakan oleh Sholiha & Salamah (2019), karena independensinya dari faktor-faktor termasuk ukuran sampel, distribusi residu, dan skala pengukuran (seperti yang membutuhkan skala interval), *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik analitik yang ampuh. Alasan peneliti menggunakan SEM-PLS antara lain sebagai berikut:

- Penelitian ini menggunakan variabel intervening
- Seluruh variabel yang digunakan adalah variabel laten
- Ukuran sampel yang lebih fleksibel
- Mampu untuk melakukan uji prediksi model

SmartPLS dapat digunakan untuk menjelaskan apakah ada hubungan antara variabel laten serta mengantisipasi model dan memvalidasi ide yang diterima. Model *path analysis* antar variabel pada model PLS terdiri dari dua jenis hubungan yakni:

a. *Outer Model*

Menggambarkan bagaimana variabel laten berhubungan dengan indikatornya. Hubungan antara variabel masing-masing blok indikator dan model luar juga ditentukan. Hubungan antara setiap indikator dengan konstruk latennya ditentukan oleh model pengukuran. Uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi *outer* model. (Ghozali & Latan dalam Retnawati, 2024).

1. Uji Validitas

a) Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen adalah konsep dalam psikometri dan pengukuran yang merujuk pada sejauh mana suatu instrumen atau alat ukur menghasilkan hasil yang serupa dengan instrumen lain yang diharapkan untuk mengukur konstruk

atau konsep yang sama. Dengan kata lain, validitas konvergen menunjukkan bahwa dua alat ukur yang berbeda namun mengukur hal yang sama harus memiliki korelasi yang tinggi.

- Nilai *outer loadings*
- Validitas konvergen dapat diuji dengan melihat nilai *outer loadings*. Sebuah indikator dianggap memenuhi validitas konvergen dan memiliki tingkat validitas yang tinggi jika nilai *outer loadings* lebih dari 0,70 (Hair dalam Makitsuna & Nugraha, 2024).
- Nilai AVE (*Average Variance Extracted*)
AVE adalah standar yang digunakan dalam analisis validitas konstruk untuk menilai validitas konvergen dari suatu konstruk laten. AVE menghitung rata-rata varians yang ditangkap oleh indikator-indikator yang mengukur konstruk laten tersebut. Semakin tinggi nilai AVE, semakin besar proporsi varians indikator yang dijelaskan oleh konstruk laten. Syarat memastikan validitas tercapai, nilai AVE minimum harus sebesar 0,50 (Prayuda, 2023).

b) Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan melalui akar kuadrat AVE digunakan untuk menilai sejauh mana setiap konsep dalam model laten berbeda dari variabel lain. Menurut Aprilisa *et al.* (2021), jika akar kuadrat AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk laten, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki validitas diskriminan yang memadai. Dengan kata lain, variabel tersebut lebih berkorelasi dengan dirinya sendiri daripada dengan variabel lain dalam model.

2. Uji Reliabilitas

a) Uji Reliabilitas Komposit

Reliabilitas komposit mengindikasikan seberapa baik indikator-indikator suatu konstruk laten mengukur konstruk tersebut dengan konsisten. Ini adalah ukuran yang serupa dengan *Cronbach's Alpha*, tetapi dianggap lebih akurat dalam konteks SEM karena memperhitungkan kontribusi setiap indikator secara berbeda. Indikator dapat dinyatakan reliabel ketika nilai reliabilitas komposit $> 0,70$ (Candana, 2020).

b) Uji *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha merupakan ukuran reliabilitas internal dari serangkaian item dalam kuesioner. Ini digunakan untuk menilai seberapa konsisten item-item tersebut dalam mengukur konstruk yang sama. Nilai *Cronbach's Alpha* selalu lebih rendah daripada nilai reliabilitas komposit. Menurut Candana (2020), suatu indikator dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70.

b. *Inner Model*

Model struktural menggambarkan bagaimana variabel laten berhubungan satu sama lain. Berdasarkan teori substantif, *inner model* menggambarkan bagaimana variabel laten berhubungan. Model struktural ini juga menjelaskan hubungan antara setiap blok indikator dan konstruk laten. Model struktural juga menunjukkan kapasitas konstruk untuk estimasi. Uji multikolinieritas, uji *path coefficients*, uji *R square* (R^2), uji *stone glesser value* (Q^2), uji *goodness of fit index* (GoF Index), dan uji pengaruh partial (F^2) digunakan untuk menilai *inner model*. Selain itu, *bootstrapping* digunakan untuk menguji hipotesis dengan menentukan nilai antara variabel model dan konstruk dengan memeriksa nilai koefisien jalur.

1. Uji Multikolinieritas (*Variance Inflation Factor*)

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada masalah kolinieritas di antara variabel yang diteliti. Dalam penelitian PLS-SEM, uji multikolinieritas dilakukan dengan merujuk pada nilai VIF (Ghozali & Latan dalam Retnawati, 2024). VIF adalah faktor yang mengukur seberapa besar peningkatan varians dari koefisien regresi dibandingkan dengan variabel bebas yang ortogonal ketika dihubungkan secara linear. Jika nilai VIF melebihi 5, hal tersebut mengindikasikan adanya masalah multikolinieritas.

2. Uji *Path coefficients*

Uji *Path coefficients* dilakukan untuk mengetahui besaran pengaruh parsial antara variabel eksogen terhadap variabel endogen yang bernilai antara -1 hingga 1. Tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis ditunjukkan oleh nilai *path coefficients*. Hasil *path coefficients* digunakan untuk menentukan apakah ada pengaruh signifikan antar indikator, dimana hal tersebut dijadikan sebagai dasar penerimaan atau penolakan sebuah hipotesis (Sujatmiko & Prisma, 2022).

3. Uji *R Square* (R^2)

R square adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen berkisar antara 0 hingga 1. Nilai *R square* (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel laten independen tertentu mempengaruhi variabel laten dependen. Menurut Ghozali & Latan dalam Retnawati (2024) dalam Retnawati (2024), nilai *R square* dikategorikan menjadi tiga kelompok: kuat (0,75), moderat (0,50), dan lemah (0,25).

4. Uji *Stone Glesser Value* (Q^2)

Q^2 berfungsi untuk memvalidasi model. Pengukuran ini cocok digunakan jika variabel laten endogen memiliki model pengukuran reflektif. Bila hasil nilai $Q^2 > 0$, maka dapat dikatakan model tersebut memiliki *predictive relevance* yang baik. Hal itu menunjukkan variabel laten eksogen mampu memprediksi variabel laten endogen dengan baik (Sutanto dalam Setyorini & Meiranto, 2021).

5. Uji *Goodness of Fit Index* (GoF Index)

Uji *goodness of fit* digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model yang dibangun sesuai dengan data yang diamati. Uji ini menunjukkan seberapa baik model yang diusulkan cocok dengan data yang sebenarnya bernilai 0,00 - 0,24 (kecil), 0,25 - 0,37 (sedang), 0,38 - 1,00 (tinggi). Rumus dalam menghitung GoF adalah dengan menghitung akar dari hasil perkalian antara rata-rata nilai AVE dengan rata-rata nilai *Adjusted R Square* (Eryc & Andrea Puspa, 2022).

6. Uji Pengaruh *Partial* (F^2)

Pengaruh *Partial* (F^2) menunjukkan besarnya pengaruh variabel laten eksogen terhadap endogen. Dalam uji *effect size* (f^2), *rule of thumb* yang digunakan yaitu nilai f^2 sekitar 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, nilai f^2 sekitar 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan nilai f^2 sekitar 0,35 menunjukkan pengaruh besar (Ghozali & Latan dalam Fernando & Handoyo, 2022). Semakin tinggi nilai f^2 , semakin besar pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menentukan signifikansi pengaruh antara variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan dengan mengamati nilai t-statistik dan nilai probabilitasnya (*p-value*). Adapun kriteria dalam melakukan uji hipotesis antara lain sebagai berikut:

- a. Nilai statistik dianggap signifikan apabila nilai lebih besar dari 1,96 untuk alpha 5%
- b. Nilai probabilitas dianggap signifikan apabila nilai *p-value* kurang dari 0,05

Dengan demikian, hipotesis dianggap diterima jika nilai t-statistik lebih dari 1,96 dan nilai *p-value* kurang dari 0,05. (Noor dalam Hasyim, 2024).

