

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode kuantitatif karena pendekatan ini memungkinkan analisis data yang objektif dan sistematis. Metode kuantitatif dipilih karena kemampuannya dalam mengukur fenomena sosial secara numerik, sehingga mempermudah identifikasi pola, hubungan antarvariabel, serta pengujian hubungan sebab-akibat (Alford & Teater, 2025). Selain itu, metode ini memungkinkan penggunaan sampel yang lebih besar, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas. Pendekatan kuantitatif melibatkan berbagai teknik pengumpulan data yang terstruktur, seperti survei dan kuesioner, yang bertujuan untuk memperoleh data dalam bentuk angka. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode statistik, yang membantu mengungkap pola serta hubungan antara variabel yang diteliti (Solichin et al., 2023). Beberapa desain penelitian yang umum digunakan dalam metode kuantitatif meliputi penelitian deskriptif, korelasional, dan eksperimental. Desain-desain ini memberikan fleksibilitas dalam analisis, meningkatkan validitas penelitian, serta memastikan bahwa temuan yang diperoleh dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan yang lebih akurat. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis data, metode kuantitatif menjadi pilihan yang tepat dalam studi ini untuk memperoleh hasil yang reliabel dan dapat dipertanggungjawabkan (Heyse et al., 2024).

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan elemen utama yang menjadi titik fokus dalam suatu kajian ilmiah, baik berupa individu, kelompok, proses, maupun interaksi tertentu yang relevan dengan tujuan studi. Objek ini dikaji secara sistematis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap

fenomena yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, objek yang dianalisis memiliki potensi validitas dan reliabilitas yang tinggi karena berkaitan erat dengan variabel-variabel yang dapat diukur dan diamati secara empiris (Novikova et al., 2021).

Penelitian ini secara khusus diarahkan pada calon konsumen yang memiliki minat dalam menggunakan layanan RedDoorz untuk melakukan pemesanan kamar, terutama yang berdomisili di wilayah Jakarta. Wilayah ini dipilih karena memiliki jumlah properti RedDoorz yang tinggi dan menjadi pusat aktivitas digital yang mencerminkan karakteristik pasar sasaran utama RedDoorz. Responden yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah individu yang pernah melakukan pemesanan kamar melalui platform RedDoorz, baik melalui aplikasi seluler maupun situs web resmi.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana ulasan konsumen dan harga dapat memengaruhi minat pemesanan kamar, dengan mempertimbangkan peran citra merek sebagai variabel mediasi. Penelitian ini tidak hanya menganalisis hubungan kuantitatif antar variabel, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana persepsi konsumen terhadap harga dan *brand image* terbentuk melalui ulasan yang mereka baca atau alami. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan wawasan yang relevan bagi pengembangan strategi pemasaran digital di industri perhotelan, khususnya bagi platform virtual hotel operator seperti RedDoorz.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Dalam kegiatan penelitian, populasi diartikan sebagai keseluruhan subjek atau unit yang memiliki karakteristik tertentu dan berkaitan erat dengan fokus penelitian (Shah, 2023). Menentukan populasi secara tepat sangat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dari sampel benar-benar mencerminkan keseluruhan kelompok, sehingga temuan penelitian dapat diterapkan secara lebih luas (Raymond & Darsaut, 2024).

Penelitian ini mengarahkan perhatian pada penduduk Jakarta yang memiliki kebiasaan melakukan *short-term stay*, baik untuk keperluan profesional seperti urusan pekerjaan, maupun untuk kebutuhan pribadi seperti relaksasi dan rekreasi. Aktivitas *short-term stay* kini semakin marak di kalangan masyarakat urban Jakarta, terutama generasi muda seperti milenial dan Gen Z, yang cenderung memilih cara berlibur praktis tanpa harus meninggalkan kota tempat tinggalnya (Fajar Ilman Rizka, 2023). Beberapa faktor yang mendorong tren ini antara lain adalah keterbatasan waktu, kondisi lalu lintas yang padat, serta keinginan untuk menikmati kenyamanan hotel dalam jarak yang dekat (Putu Intan, 2022).

Oleh karena itu, populasi dalam studi ini mencakup individu yang tinggal di Jakarta dan memiliki pengalaman atau minat terhadap aktivitas *short-term stay*, baik karena alasan pekerjaan maupun kesenangan pribadi. Populasi ini dipilih karena dianggap relevan dalam mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih tempat menginap untuk *short-term stay* di wilayah perkotaan seperti Jakarta.

3.3.2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan kelompok yang menjadi objek kajian. Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian, di mana populasi mencakup seluruh elemen dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan (Potiron, 2024). Dalam penelitian ini, sampel terdiri dari konsumen yang memiliki ketertarikan untuk melakukan pemesanan kamar di properti RedDoorz.

Karena populasi yang luas serta keterbatasan sumber daya, penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, di mana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Srivastava & Mittal, 2024). Metode yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Adapun kriteria inklusi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden memiliki pengalaman atau minat terhadap aktivitas *short-term stay*, baik karena alasan pekerjaan maupun kesenangan pribadi.
2. Responden memiliki minat untuk melakukan pemesanan kamar di properti RedDoorz.
3. Berdomisili di wilayah Jakarta.

Untuk menentukan jumlah sampel yang memadai, peneliti mengacu pada pedoman, yaitu jumlah sampel minimal adalah 5 hingga 10 kali jumlah indikator dalam model penelitian (Hair et al., 2022). Dengan total 12 indikator yang digunakan untuk mengukur 4 variabel, maka jumlah sampel minimal yang disarankan adalah:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 8 \\ &= 15 \times 8 \\ &= 120\end{aligned}$$

Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan jumlah sampel minimal sebanyak 120 responden. Penggunaan sampel ini diharapkan dapat menghasilkan data yang representatif untuk penelitian ini.

3.4. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan metode yang digunakan untuk memilih sebagian elemen dari populasi sebagai sampel yang akan mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Pemilihan teknik ini sangat krusial karena dapat memengaruhi kualitas dan validitas hasil penelitian. Teknik sampling memungkinkan peneliti memperoleh data yang relevan, efisien, dan representatif tanpa harus mengumpulkan data dari seluruh anggota populasi (Hair et al., 2021).

Dalam penelitian ini, metode non-probability sampling digunakan, tepatnya teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah pendekatan pengambilan sampel di mana subjek dipilih berdasarkan kriteria

atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Artinya, responden dipilih secara sengaja karena dianggap memiliki informasi yang sesuai dan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemecahan masalah yang dikaji (Sugiyono, 2021).

Purposive sampling dinilai efektif ketika peneliti memiliki keterbatasan sumber daya atau waktu, serta ketika karakteristik sampel yang diinginkan telah didefinisikan secara jelas sebelumnya. Dengan menggunakan teknik ini, diharapkan data yang dikumpulkan lebih fokus, relevan, dan mampu menggambarkan persepsi serta perilaku konsumen secara lebih akurat, terutama terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat pemesanan kamar melalui platform RedDoorz.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Kualitas data dalam suatu penelitian sangat dipengaruhi oleh beberapa elemen penting, seperti keandalan alat ukur, cara pengumpulan data, serta teknik analisis yang digunakan (Kholifah & Sofwan., 2024). Pada studi ini, peneliti memanfaatkan data primer, yakni informasi yang diperoleh secara langsung dari responden untuk menjawab pertanyaan penelitian secara tepat. Teknik pengumpulan data yang dipilih adalah kuesioner, karena metode ini dinilai efisien dalam memperoleh data dari responden (Cambré et al., 2023). Kuesioner akan dibagikan kepada individu yang pernah menggunakan layanan RedDoorz di wilayah Jakarta. Pemilihan metode ini ditujukan untuk memudahkan responden dalam memberikan tanggapan dengan cara yang cepat dan praktis.

Distribusi kuesioner dilakukan melalui media daring, seperti Google Forms, agar responden dapat mengakses dan mengisi formulir kapan pun dan di mana pun, tanpa batasan waktu atau lokasi. Pendekatan berbasis teknologi ini diharapkan mampu meningkatkan partisipasi responden serta menyederhanakan proses pengumpulan dan pengolahan data. Untuk mengukur tanggapan responden, digunakan Skala Likert, yang memungkinkan jawaban diklasifikasikan dalam skala tertentu, mulai dari “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” (Hardani et al., 2022). Penggunaan skala ini memudahkan proses analisis terhadap variabel-

variabel yang diteliti dan diharapkan dapat menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya dalam menilai pengaruh citra merek dan harga terhadap minat pemesanan kamar pada platform RedDoorz.

Tabel 3.4.1. Skoring dengan Skala *Likert*

No	Jawaban	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sriyeni et al., 2022)

3.6. Definisi Operasional

Definisi operasional menetapkan langkah-langkah spesifik untuk mengukur, mengelompokkan, atau memanipulasi suatu variabel dalam penelitian. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa variabel dapat dianalisis secara konsisten dan sesuai dengan tujuan studi (Andrade, 2021) Dalam penelitian, variabel operasional merujuk pada pengukuran konkret dari konsep abstrak, memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan serta mengolah data secara sistematis (Esquivel, 2023). Proses ini mengubah gagasan teoritis menjadi indikator yang dapat diukur, sehingga mendukung penelitian berbasis bukti. Dengan operasionalisasi yang jelas, variabel dapat dinilai dan dibandingkan secara akurat dalam berbagai penelitian (Mittrick et al., 2024).

Penelitian ini berfokus pada lima variabel utama, yaitu Ulasan Konsumen (X1), Harga (X2), Citra Merek (M), dan Minat Pemesanan (Y). Untuk memastikan pengukuran yang akurat serta meminimalkan kemungkinan kesalahan, setiap variabel akan dijelaskan melalui definisi operasional yang mencakup konsep, dimensi, dan indikator yang digunakan dalam analisis.

Tabel 3.5.1. Definisi Operasional

Variabel & Sumber	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
Minat Pemesanan (Y) Sumber: Helmy Kasim (2023) - Perilaku Konsumen di Era Modern	Minat beli adalah bentuk pemikiran dan pengetahuan yang menghasilkan keinginan untuk memiliki suatu barang atau jasa, yang didorong oleh persepsi positif terhadap produk dan dorongan internal untuk memenuhi kebutuhan.	Ketertarikan	Konsumen menunjukkan ketertarikan suatu produk/jasa
		Dorongan internal	Konsumen merasa terdorong secara internal untuk memesan suatu produk/jasa.
		Kebutuhan	Konsumen merasa suatu produk/jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.
		Persepsi manfaat produk	Konsumen menilai suatu produk/jasa memberikan manfaat yang sesuai harapan.
		Relevansi dengan gaya hidup atau identitas	Konsumen merasa suatu produk/jasa mencerminkan gaya hidup atau identitas mereka.
Citra Merek (M) Sumber: Firmansyan, (2019) - Pemasaran Produk dan Merek	Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman, asosiasi, atau informasi yang tersimpan dalam memori mereka.	<i>Favorability of Brand Association</i>	Konsumen memiliki persepsi positif terhadap merek karena diasosiasikan dengan kualitas, kenyamanan, atau prestise.
		<i>Strength of Brand Association</i>	Konsumen secara konsisten mengingat merek karena sering terpapar melalui iklan, ulasan, atau pengalaman pribadi.

		<i>Uniqueness of Brand Association</i>	Konsumen menganggap merek memiliki keunikan yang membedakannya dari pesaing dalam hal pesan, visual, atau nilai yang disampaikan.
<p>Ulasan Konsumen (X1)</p> <p>Sumber: Mubarak (2016) - Keputusan Pembelian</p>	<p>Ulasan konsumen adalah evaluasi terhadap suatu produk atau layanan yang dapat membentuk persepsi dan mempengaruhi keputusan pembelian.</p>	Informasi Produk	Ulasan mencakup kelebihan, kekurangan, dan informasi penting lainnya.
		Kemampuan Mempengaruhi	Ulasan disampaikan dengan kata-kata persuasif yang membujuk.
		Pengingat Produk	Ulasan sering muncul atau diulang oleh banyak orang.
		Penguatan Keputusan	Ulasan membantu konsumen merasa yakin dengan keputusan mereka.
<p>Harga (X2)</p> <p>Sumber: Eliyana et al. (2022) – Dasar-Dasar Pemasaran</p>	<p>Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat produk, yang mencerminkan nilai, persepsi psikologis,</p>	Harga Berbasis Permintaan	Konsumen bersedia membayar lebih jika permintaan tinggi dan kebutuhan akan layanan terasa mendesak atau penting.
		Harga Berbasis Biaya	Konsumen menilai harga yang ditawarkan wajar dibandingkan dengan fitur,

	dan strategi perusahaan.		fasilitas, atau kualitas yang diterima.
		Harga Berbasis Kompetitor	Konsumen membandingkan harga RedDoorz dengan merek lain dan mempertimbangkan nilai harga yang lebih kompetitif.

Sumber: Data Diolah (2025)

3.7. Teknis Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS). PLS-SEM merupakan metode statistik multivariat yang dimanfaatkan untuk mengkaji hubungan antara konstruk laten dengan indikator-indikator pengukurnya, serta untuk menganalisis keterkaitan struktural antar konstruk dalam sebuah model teoretis. Teknik ini dinilai cocok untuk penelitian yang memiliki struktur model yang rumit, melibatkan beberapa variabel independen, dependen, dan juga variabel mediasi atau intervening (Pramudita et al., 2020). Salah satu keunggulan utama dari pendekatan PLS adalah kemampuannya dalam mengolah data yang tidak memenuhi asumsi distribusi normal dan dalam menangani ukuran sampel yang tidak terlalu besar, sehingga metode ini lebih fleksibel dibandingkan dengan SEM berbasis kovarian.

Metode PLS-SEM mengombinasikan prinsip-prinsip analisis jalur (path analysis) dan analisis faktor (factor analysis) untuk mengevaluasi hubungan kausal antar konstruk laten secara langsung, sambil memperhitungkan potensi kesalahan dalam pengukuran. Hal ini menjadikan PLS-SEM sebagai alat yang tepat dalam menganalisis model teoretis yang bersifat kompleks dan multidimensi (Pramudita et al., 2020). Prosedur analisis dengan PLS-SEM terdiri atas dua langkah utama: evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model).

Evaluasi model pengukuran bertujuan untuk menilai apakah indikator yang digunakan benar-benar mampu merepresentasikan konstruk laten secara valid dan reliabel. Dengan kata lain, tahap ini memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat memberikan hasil yang akurat dan konsisten terhadap konsep yang ingin diukur. Di sisi lain, evaluasi model struktural lebih difokuskan pada pengujian keterkaitan antar konstruk laten berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Dash & Paul, 2021). Proses ini penting untuk menilai sejauh mana model teoretis yang dibangun mampu menjelaskan fenomena secara komprehensif dan ilmiah. Oleh karena itu, penggunaan metode PLS-SEM dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang tidak hanya tepat secara statistik, tetapi juga relevan dan bermakna dalam memahami isu yang dikaji.

3.7.1. Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis Uji model pengukuran, atau sering disebut outer model dalam pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), bertujuan untuk menilai seberapa baik indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian mencerminkan konstruk laten yang ingin diukur, baik yang bersifat eksogen (variabel bebas) maupun endogen (variabel terikat). Variabel eksogen dalam konteks ini merujuk pada variabel-variabel yang pengaruhnya berasal dari luar model, namun memiliki dampak terhadap variabel lain dalam kerangka penelitian. Pengujian outer model sangat penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas dari konstruk yang digunakan, sehingga analisis yang dilakukan dapat menghasilkan temuan yang sah dan akurat (Dash & Paul, 2021).

Terdapat tiga tahapan utama dalam evaluasi model pengukuran yang diterapkan dalam PLS-SEM, yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas konstruk:

a. Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Validitas konvergen mengacu pada tingkat kesesuaian indikator-indikator dalam mengukur konstruk yang sama secara konsisten. Evaluasi terhadap validitas ini dilakukan dengan melihat

nilai loading factor dari setiap indikator terhadap konstruk laten yang diukurnya. Sebuah indikator dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai loading di atas 0,60, yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat dengan konstruk tersebut. Selain itu, pengukuran Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk menilai proporsi varians indikator yang berhasil dijelaskan oleh konstruk. AVE dianggap valid jika nilainya lebih dari 0,50, karena hal ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah varians indikator berasal dari konstruk yang dimaksud (Sihombing et al., 2024).

b. Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Validitas diskriminan bertujuan untuk menilai sejauh mana masing-masing konstruk memiliki keunikan dan tidak bercampur dengan konstruk lainnya dalam model. Salah satu cara yang digunakan untuk menilai validitas ini adalah melalui cross-loading analysis. Dalam metode ini, setiap indikator harus menunjukkan nilai loading tertinggi pada konstruk yang sesuai dibandingkan dengan konstruk lain. Jika nilai loading terhadap konstruk asal lebih tinggi dari nilai loading pada konstruk lainnya, maka indikator dianggap berhasil mengukur konstruk secara tepat. Nilai cross-loading dianggap valid apabila melebihi angka 0,60 (Sihombing et al., 2024).

c. Uji Reliabilitas Konstruk

Reliabilitas konstruk mengukur tingkat konsistensi internal dari sekumpulan indikator yang digunakan untuk merepresentasikan suatu konstruk. Dua ukuran yang umum dipakai untuk menilai reliabilitas adalah Composite Reliability dan Cronbach's Alpha. Suatu konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila kedua ukuran tersebut memiliki nilai lebih dari 0,60. Nilai ini menandakan bahwa indikator-indikator dalam konstruk tersebut mampu memberikan hasil yang stabil dan konsisten, sehingga dapat dipercaya dalam tahapan analisis berikutnya (Dash & Paul, 2021).

Dengan melalui tahapan evaluasi ini, peneliti dapat memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki kualitas yang memadai dalam hal

validitas dan reliabilitas, yang pada akhirnya mendukung ketepatan dalam pengujian hipotesis serta interpretasi hasil penelitian.

3.7.2. Uji Model Struktural (Inner Model)

Dalam metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), evaluasi terhadap model struktural atau yang biasa disebut inner model merupakan bagian penting dalam menganalisis hubungan kausal antar konstruk laten yang telah dirancang dalam penelitian. Tujuan utama dari pengujian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel laten dalam model memiliki hubungan yang signifikan dan apakah hubungan tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Tahap ini menjadi dasar dalam menarik kesimpulan secara teoritis maupun praktis terhadap permasalahan yang sedang diteliti (Sihombing et al., 2024).

Untuk menguji kelayakan model struktural, terdapat beberapa indikator utama yang digunakan, yaitu koefisien determinasi (R^2), predictive relevance (Q^2), dan effect size (f^2). Masing-masing indikator memberikan gambaran yang berbeda mengenai kekuatan prediksi serta pengaruh antar konstruk dalam model yang dibangun. Penjelasan dari masing-masing indikator akan dibahas pada bagian selanjutnya sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 menggambarkan seberapa besar proporsi variansi pada konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen yang relevan. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik model dalam menjelaskan fenomena yang dikaji. Secara umum, nilai R^2 sebesar 0,67 dianggap kuat, 0,33 termasuk moderat, dan 0,19 tergolong lemah.

2. Relevansi Prediktif (Q^2)

Q^2 mengukur kemampuan model dalam memprediksi nilai dari indikator-indikator konstruk endogen. Nilai Q^2 di atas 0 menandakan bahwa model memiliki relevansi prediktif. Tingkatannya diklasifikasikan sebagai kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35).

Nilai Q^2 yang positif menunjukkan bahwa model memberikan kontribusi prediktif terhadap data.

3. Ukuran Efek (f^2)

Ukuran efek f^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi sebuah konstruk eksogen terhadap konstruk endogen ketika konstruk eksogen tersebut dimasukkan atau dikeluarkan dari model. Interpretasi besarnya efek juga dibagi menjadi tiga kategori, yaitu kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35). Nilai ini penting untuk menilai kekuatan relatif pengaruh antar konstruk dalam struktur model.

Tabel 3.6.1. Kriteria Inner Model

Kriteria Evaluasi	Rule of Thumb
<i>R-Square</i> (R^2)	0,67 (kuat), 0,33 (moderat), 0,19 (lemah)
<i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	$Q^2 > 0$ menunjukkan model prediktif; 0,02 (kecil), 0,15 (sedang), 0,35 (besar)
<i>Effect Size</i> (f^2)	0,02 (kecil), 0,15 (sedang), 0,35 (besar)

3.7.3. Pengujian Kelayakan Model dengan (GoF)

Untuk menilai kelayakan keseluruhan model dalam penelitian ini, digunakan perhitungan *Goodness of Fit* (GoF) dengan rumus $GoF = \sqrt{(AVE \text{ rata-rata} \times R^2 \text{ rata-rata})}$. Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk menentukan seberapa baik model yang dibangun dapat merepresentasikan data yang diperoleh dari lapangan. Nilai GoF tersebut diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yakni: 0,10 untuk model dengan kelayakan rendah (kecil), 0,25 untuk tingkat kelayakan sedang, dan 0,36 untuk model yang dinilai memiliki kelayakan tinggi (besar). Penerapan GoF dalam konteks ini tidak hanya digunakan sebagai alat untuk menilai kecocokan data dengan model, tetapi juga sebagai validasi tambahan terhadap konsistensi antara model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Oleh sebab itu, hasil pengukuran GoF memberikan gambaran menyeluruh mengenai kualitas dan kecocokan model, serta dapat dijadikan indikator dalam menilai sejauh mana model mampu mendukung pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

3.7.4. Pengujian Hipotesis dalam PLS-SEM

Untuk Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS), sebuah metode yang populer dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) karena kemampuannya dalam menangani model dengan struktur kompleks dan jumlah indikator yang banyak, tanpa mengharuskan asumsi distribusi data normal (Hair et al., 2021). PLS menjadi pilihan utama terutama dalam penelitian yang bersifat eksploratif dan prediktif, serta saat ukuran sampel relatif kecil atau data tidak berdistribusi normal.

Pendekatan ini mengandalkan nilai statistik seperti *t-statistik* dan probabilitas (*p-value*) untuk menilai signifikansi hubungan antar konstruk laten. Untuk menghasilkan estimasi yang akurat terhadap parameter model, PLS-SEM menerapkan teknik *resampling* yang dikenal sebagai bootstrapping. Metode ini memungkinkan peneliti menghasilkan nilai *standard error* yang lebih presisi dengan mendistribusikan ulang sampel secara acak, sehingga dapat memberikan dasar yang kuat dalam menguji hipotesis (Hultt, 2021).

Penentuan diterima atau ditolaknya suatu hipotesis dilakukan berdasarkan nilai *t-statistik* dan *p-value*, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Hipotesis dinyatakan signifikan pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) jika nilai *t-statistik* $\geq 1,96$ dan *p-value* $\leq 0,05$.
2. Hipotesis dinyatakan sangat signifikan pada tingkat kepercayaan 99% ($\alpha = 0,01$) jika nilai *t-statistik* $\geq 2,58$ dan *p-value* $\leq 0,01$.
3. Hipotesis dianggap tidak signifikan (ditolak) jika nilai *t-statistik* $< 1,96$ dan *p-value* $> 0,05$.

Selain melihat nilai signifikansi, analisis juga memperhatikan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) untuk menilai arah dan kekuatan hubungan antar variabel laten. Nilai koefisien yang positif menandakan bahwa terdapat hubungan yang searah—artinya, peningkatan pada variabel independen akan menyebabkan peningkatan pada variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien yang negatif menunjukkan hubungan yang

berlawanan arah, di mana kenaikan pada satu variabel menyebabkan penurunan pada variabel lainnya.

Dengan menggunakan strategi evaluasi ini, penelitian dapat memberikan kesimpulan yang lebih akurat dan dapat diandalkan terkait hubungan kausal yang diuji dalam model.

