

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti menjelaskan metode penelitian relevan yang digunakan untuk menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini. Penjelasan dalam bab ini meliputi tentang jenis penelitian, paradigma penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas yang digunakan untuk menguji angket apakah valid dan reliabel atau tidak, dan juga teknik analisis data.

A. Jenis Penelitian

Pada umumnya, penelitian terbagi atas penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif.¹ Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang memberikan gambaran situasi dan kejadian secara sistematis, utuh serta aktual, mengenai faktor-faktor dan sifat-sifat yang saling mempengaruhi serta menjelaskan hubungan dari permasalahan yang sedang diteliti. Dalam rangka melihat hubungan saling mempengaruhi yang sangat rumit di atas, tidak berdiri sendiri, maka pendekatan yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif.²

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu metode kuantitatif dimana metode kuantitatif gunanya adalah untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 8-9.

² Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial Cet. IV*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 81.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi: Mixed Methods*, Cet. 7, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 11.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma profetik. Profetik berasal dari bahasa Inggris *prophet* yang berarti Nabi, maka profetik berarti mempunyai sifat atau ciri seperti Nabi. Jadi ilmu profetik ialah ilmu yang berdasarkan kepada wahyu atau kepada sifat-sifat kenabian. Kemudian, berbeda dengan pengetahuan barat (positivisme), yang menjadikan akal sebagai satu-satunya sumber kebenaran, dalam Islam sumber kebenaran yang mutlak dan hakiki adalah al-Qur'ân dan Hadits.⁴

Sumber kebenaran dalam paradigma profetik tidak hanya berasal dari akal saja, paradigim profetik lebih mengutamakan terhadap klaim bebas nilai dalam positivisme akan tetapi juga mengharuskan ilmu sosial untuk secara sadar memiliki landasan nilai sebagai tujuannya dalam hal ini ialah landasan kepada nilai-nilai agama. Paradigma profetik tidak hanya berhenti pada usaha menjelaskan dan memahami realitas apa adanya tapi lebih dari itu yakni mentransformasikannya menuju *falah* yaitu cita-cita kehidupan dunia akhirat.⁵

Pendekatan dapat dimaknai sebagai usaha dalam aktivitas penelitian untuk mengadakan hubungan-hubungan dengan objek yang diteliti. Pendekatan merupakan upaya untuk mencapai target yang sudah ditentukan dalam tujuan penelitian.

Suharsimi Arikunto menyebutkan bahwa walaupun masalah penelitiannya sama, tetapi kadang-kadang peneliti dapat memilih satu antara dua atau lebih jenis pendekatan yang bisa digunakan dalam memecahkan masalah. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif merupakan penelitian yang analisisnya lebih fokus pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika.

⁴ Anton Priyo Nugroho, *Pengaruh Religiusitas dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di Perbankan Syariah, Disertasi Doktor*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015, hlm. 133

⁵ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi dan Etika* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006), hlm. 357.

Pada umumnya penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian sampel besar, karena pada pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial yaitu dalam rangka pengujian hipotesis dan menyandarkan kesimpulan pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan menggunakan pendekatan ini, maka akan diperoleh signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.⁶

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian ini adalah masyarakat konsumen produk kopi HPAI yang secara aktif mengkonsumsi Minuman serbuk kopi instan, kopi HPAI yang nantinya akan dijadikan responden dari penelitian ini, namun dengan beberapa kriteria. Pemilihan informan atau responden sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat.

2. Objek penelitian

Objek dari penelitian ini ialah mengenai peran *islamic branding* dan religiusitas terhadap perilaku pembelian konsumen kopi HPAI menurut perspektif ekonomi Islam, serta yang akan diteliti adalah apakah variabel religiusitas sebagai variabel moderating, memperlemah atau memperkuat hubungan antar variabel tersebut atau tidak.

Kuota merupakan salah satu penentuan informasi untuk melengkapi teknik sebelumnya, kuota informan yang dipilih bertujuan untuk memenuhi kuota yang telah ditentukan sebelumnya.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

⁶Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 5.

Menurut Suharsimi Arikunto, populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.⁷ Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.⁸ Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat konsumen produk kopi HPAI di kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini konsumen Minuman serbuk kopi instan, kopi HPAI tidak diketahui. Hal ini disebabkan karena konsumen yang mengkonsumsi minuman serbuk kopi instan, kopi HPAI cukup tinggi dan akan terus bertambah.

Hal tersebutlah yang mengakibatkan peneliti tidak dapat menentukan banyaknya populasi apabila hanya berdasarkan nilai penjualan dari minuman serbuk kopi herbal tersebut, kopi HPAI saja.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sedangkan metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *nonprobability sampling*, desainnya dalam populasi tidak harus mempunyai kesempatan (chance) sama dipilih sebagai sampel dan jumlah populasi tidak diketahui. Desain *nonprobability sampling* terdiri dari *convenience sampling* dan *purposive sampling*.

a. Purposive sampling

Metode ini digunakan apabila ingin mendapatkan informasi dari target kelompok tertentu. Sampling yang berisi orang khusus yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik orang tersebut adalah satu-satunya yang punya informasi atau orang tersebut memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti.⁹

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Aksara, 2002), hlm. 108.

⁸ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 118.

⁹ Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Semarang : Yoga Pratama, 2013), hlm. 140

Purposive adalah teknik penentuan Informan dengan cara peneliti memilih informan menurut kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriteria ini harus sesuai dengan topik penelitian. Mereka yang dipilih pun harus dianggap kredibel untuk menjawab masalah penelitian.

Alasan pemilihan *purposive sampling* didasari oleh pertimbangan agar sampel data yang dipilih memenuhi kriteria untuk diuji. Selain itu peneliti menggunakan metode *purposive sampling* karena dalam penyebaran kuesioner tidak hanya dilakukan di area populasi, namun juga ditempat lain seperti dikampus ataupun area umum lainnya. Kriteria dari sampel tersebut sebagai berikut :

1. Individu merupakan konsumen kopi HPAI dimana ia adalah pihak yang melakukan perilaku tertentu dalam hal ini konsumen kopi HPAI sehingga sebagai konsumen mereka mengetahui dengan pasti determinan yang mendorong mereka untuk berperilaku.
2. Individu merupakan pihak yang melakukan transaksi jual beli produk HPAI dalam hal ini ialah kopi HPAI (Herba Penawar Al-wahida Indonesia).
3. Pada penelitian ini metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yang berbasis pada varian maka jumlah sampel yang digunakan tidak mesti besar, sampel yang digunakan dapat digunakan minimal 30 responden¹⁰. Oleh karena itu dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 155 responden.

D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini melibatkan tujuh variabel, yang terdiri dari 5 variabel eksogen yaitu, sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, *Islamic branding*, dan religiusitas, kemudian 2 variabel endogen yaitu niat dan perilaku pembelian.

¹⁰ Ananda Sabil Hussein, "Modul Ajar Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0," *Universitas Brawijaya*, 2015.

Sikap ialah suatu ungkapan ataupun respon yang diberikan oleh individu dalam ketika menilai sesuatu, baik produk maupun jasa dalam bentuk perasaan suka atau tidak suka. Untuk mengukur sikap maka indikatornya terdiri atas *behavior belief*, *evaluation of behavioral belief*.

Norma subyektif ialah keyakinan individu mengenai harapan dari orang-orang disekitarnya yang kemudian berpengaruh kepada individu tersebut, baik secara perorangan maupun kelompok seperti keluarga maupun lingkaran pertemanan. Indikator dari variabel ini terdiri atas, *norma belief*, *motivation to comply*

Persepsi kontrol perilaku ialah keyakinan yang menentukan niat dari individu dan ada tindakan dari elemen yang berhubungan dengan ada atau tidaknya sumber daya dan peluang yang didasarkan pada pengalaman masa lalu dengan perilaku dan informasi. Indikatornya terdiri atas, *control belief*, *power control*.

Islamic Branding dapat diartikan sebagai penggunaan nama-nama yang berkaitan dengan Islam atau menunjukkan identitas halal untuk sebuah produk. *Islamic Branding* diklasifikasikan dalam tiga bentuk¹¹: *Islamic Brand by compliance*, *Islamic brand by origin*, *Islamic brand by customer*.

Religiusitas berasal dari kata religi, yaitu agama, kepercayaan kepada tuhan, serta kesalehan dalam keberagamaan. Religiusitas merupakan salah satu faktor pendorong penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Untuk mengukur variabel ini maka indikator yang terlibat terdiri atas doktrin, religiusitas intrinsik, dan religiusitas ekstrinsik.

Niat (*Intention*) merupakan kompetensi dari diri individu konsumen yang didasarkan pada keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam hal penelitian ini ialah niat untuk membeli produk kopi HPAI.

¹¹ Jumani and Siddiqui, *Bases of Islamic branding in Pakistan : Perception or Belives*. On Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business. Vol 3. No.9. 201, hlm. 841

Perilaku Pembelian Konsumen ialah menggunakan produk dari HPAI (Herbal Penawar al-Wahida Indonesia) dalam transaksi jual beli produk tersebut yang dapat dilihat dari Jumlah pembelian dan waktu pembelian.

Tabel : 2
Variabel dan indikator

Variabel	Indikator	Sumber	Skala Pengukuran	Nomor Item
Islamic Branding	a. <i>Islamic Brand by complience</i>	Ahmad Baker Alserhan,(2010)	<i>Continues Rating Scale (CRS)</i>	1-2
	b. <i>Islamic brand by origin</i>			3-4
	c. <i>Islamic brand by customer</i>			5-6
Perilaku Pembelian Konsumen	a. Waktu / Durasi Pembelian	Anton Priyo Nugroho, (2015)	<i>Rasio</i>	6
	b. Jumlah/ Frekuensi Pembelian			7-8
Sikap	Pengukuran Langsung	Ajzen, <i>et al.</i> , (2006)	<i>Continues Rating Scale (CRS)</i>	7-10
Norma Subyektif	Pengukuran Langsung			11-13
Persepsi Kontrol Perilaku	a. <i>Control Belief</i>			14-15
	b. <i>Power Control</i>			16-17
Niat	Pengukuran Langsung	<i>Continues Rating Scale (CRS)</i>	18-20	

Religiusitas	<i>a. Islamic doctrinal</i> <i>b. Intrinsik religiosity</i> <i>c. ekstrinsik religiosity</i>	Youssef, Abou-Aish and El-Bassiouny (2011) di dalam Anton Priyo Nugroho, (2015)	<i>Continues Rating Scale (CRS)</i>	21-29 30-41 42-49
--------------	--	---	-------------------------------------	-------------------------

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah suatu alat atau media yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (variabel penelitian)¹². Namun realita di lapangan, instrumen penelitian tidak berbeda dengan sebuah “jaring” yang digunakan untuk menangkap atau menghimpun data sebanyak dan sevalid mungkin.

Oleh karena itu, instrumen penelitian benar-benar harus reliabilitas dan validitas. Untuk mencapai kedua unsur ini, sebuah instrumen penelitian kuantitatif harus memiliki tingkat kepekaan yang dapat dipercaya.¹³ Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Angket

Cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden.¹⁴ Alat bantu ini berupa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden atau informan yang digunakan untuk mengetahui skor yang dipilih oleh responden yang nantinya akan diolah dengan program PLS untuk menganalisis angka-angka dari skor tersebut. Data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data penelitian yang akan diperoleh dari sumber aslinya, dan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*, hm. 148

¹³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian...*, hlm. 94

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 80

perantara terlebih dahulu. Data primer akan didapatkan dari tanggapan dari kuesioner berdasarkan variabel-variabel yang peneliti ajukan kepada konsumen kopi HPAI.

Pernyataan-pernyataan dalam angket berisi pernyataan terbuka dan tertutup kemudian akan disebarakan kepada konsumen kopi HPAI. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas pertanyaan-pertanyaan tersebut.¹⁵


Selanjutnya pengukuran atau penilaian dalam pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan skala bentuk gradasi dari suatu jenis kualitas keseringan, yaitu dengan *Continouse Rating Scale* (CRS) yang berisikan angka 1-10.¹⁶

Responden yang mendapatkan pertanyaan tersebut akan diminta untuk mencoret atau memberi tanda pada angka yang dianggap mewakili jawaban mereka Keunggulan dari *continouse rating scale* ialah karena merupakan alat pengumpul data yang berisi ciri-ciri , tingkah laku / sifat yang harus dicatat secara bertingkat pada butir-butir item, sehingga yang diinginkan pada penelitian bisa terjawab dengan maksimal.

¹⁵ Noor Juliansyah, Metodologi Penelitian, Cet ke 2 (Jakarta : Kencana 2012), hlm.301

¹⁶ Anton Priyo Nugroho, dkk., *The Influece Of Religiosity and Self-Efficacy On The Saving Behavior Of The Islamic Banks*, Jurnal, No. 1816. 2017, hlm.37- 42¹⁶

Tabel 3
Contoh Kuesioner Continouse Rating Scale

No	Pernyataan	Jawaban
1	Mengkonsumsi kopi HPAI merupakan pilihan yang tepat untuk produk halal dan <i>thoyyib</i>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> 12345678910 </div> <div style="text-align: center; margin-top: 5px;">  </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> Tidak setuju Sangat setuju </div>

F. Uji Validitas dan Realiabilitas Instrumen

Dalam menggunakan instrumen kuesioner, perlu diperhatikan mengenai keandalan instrumen. Hal ini diperlukan karena untuk memperoleh data yang valid dan reliabel, maka diperlukan uji validitas dan reliabilitas. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Sedangkan reliabilitas adalah suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.¹⁷

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Jika peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, kuesioner yang disusunya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Untuk mengukur validitas kuisisioner diambil sampel yang dianggap mewakili keseluruhan responden dengan menggunakan teknik *korelasi product moment*.¹⁸

Uji Reliabilitas ialah pengujian kestabilan alat ukur atau tingkat konsistensi hasil dari pengukuran dan mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang sama bila dilakukan pengukuran kembali pada objek yang sama. Bila suatu pengukur

¹⁷ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, hlm. 144.

¹⁸ Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 196.

dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel.¹⁹

Uji validitas akan digunakan untuk mengetahui layak atau valid tidaknya suatu pertanyaan atau pernyataan. Valid artinya semua item yang disajikan dalam kuesioner mampu mengungkapkan dengan baik dan akurat apa yang akan diteliti. Dalam penelitian ini akan menggunakan *partial least square* (PLS), dalam PLS untuk menguji validitas akan menggunakan tiga metode. Tiga metode tersebut adalah validitas konstruk, validitas konvergen dan validitas diskriminan²⁰.

Menurut Hartono yang dikutip dalam Jogiyanto validitas konstruk akan dapat menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu konstruk²¹. Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip pengukuran-pengukuran dari suatu konstruk seharusnya memiliki kolerasi yang tinggi²².

Dalam metode ini jika nilai loading faktor > 0.5 dianggap signifikan secara partikal. Dengan demikian semakin tinggi nilai faktor loading, semakin penting peranan faktor loading dalam menginterpretasikan matrik. *Rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* $> 0,7$, (*Communality*) > 0.5 , dan *average variance extracted* (AVE) > 0.5 Chin menurut Jogiyanto.

Sedangkan validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran-pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya

¹⁹ Saifudin Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hlm. 61.

²⁰ Jogiyanto dan Willy Abdillah, *konsep aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk penelitian empiris* (Yogyakarta: BPFE, 2014).hlm.59

²¹ *Ibid*

²² *Ibid*, hlm.59

tidak memiliki korelasi yang tinggi²³. Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Berikut ini adalah parameter uji validitas dalam PLS²⁴.

Tabel 4
Parameter Uji Validitas dalam Model PLS

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	<i>Loading Factor</i> <i>AVE (Average Variance Extracted)</i> <i>Communality</i>	>0.7 >0.5 >0.5
Diskriminan	Akar dari AVE dan korelasi variabel laten <i>Cross loading</i>	Akar AVE > korelasi variabel laten Lebih dari 0.7 dalam satu variabel.

Setelah Kuesioner selesai di buat, kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh oleh peneliti kemudian dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.²⁵

²³ *Ibid*

²⁴ *Ibid* hlm.61

²⁵ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Cet. 1, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 110

G. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian digunakan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner ialah usaha atau cara dalam mengumpulkan suatu informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden. Selain itu, kuesioner juga cocok apabila digunakan untuk jumlah responden cukup besar, kuesioner dapat berupa pernyataan tertutup maupun terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.²⁶

Kemudian data diolah dengan menginterpretasikan data dalam bentuk angka-angka dilakukan dengan alat bantu statistik yaitu menggunakan program Smart PLS 3.0.

H. Teknik Analisis Data

1. *Partial Least Square (PLS)*

Dalam penelitian ini akan menganalisis data menggunakan PLS atau yang biasa dikenal dengan *smart PLS*. PLS merupakan teknik dalam statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen dan independen berganda. Dalam PLS dalam mengevaluasi datanya menggunakan model pengukuran dan model struktur atau yang biasa disebut *outer model* dan *inner model*. Dalam pengukuran *outer model* dalam PLS yakni terdiri dari validitas dan reliabilitas. Sedangkan dalam *inner model* yakni untuk melihat hubungan antar variabel laten yang ada dalam model penelitian.

2. *Outer Model*

Pengukuran *outer model* digunakan untuk melihat validitas dan reliabilitas, pengujian validitas terdiri dari *convergent validity* dan

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*, hlm. 192

discriminan validity. Dalam *convergent validity* dalam mengukur kekuatan *indicator* dalam merefleksikan konstruk latennya yakni apabila *factor loading* $\leq 0,5$ maka *indicator* harus di drop (di keluarkan). Standar untuk *factor loading* dan *convergent validity* adalah 0,5 dan akan lebih baik apabila *factor loading* berada $\geq 0,7$.

Dalam *discriminant validity* berfungsi untuk mengukur ketetapan model reflektif dan untuk nilai AVE pada *discriminant validity* berada pada angka 0,5 dan hasil yang lebih baik yakni berada diatas 0,5, selain dengan melihat AVE dapat pula dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus di angka $\geq 0,7$.

Selain mengukur validitas dalam PLS juga melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur seluruh konstruk. Angka minimal yang disarankan untuk mengukur *composite reliability* adalah 0,6 dan nilai yang lebih baik jika lebih dari 0,6²⁷.

3. Inner Model

Dari sejumlah item yang dikatakan valid dan reliabel yang akan menjadi dasar untuk melanjutkan pada tahapan *inner model*. *Inner model* pada PLS akan dievaluasi menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai pada *path* atau *t-values* tiap *path* untuk diuji signifikan antar konstruk yang ada. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat perubahan antar variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai pada R^2 maka semakin baik model prediksi yang diajukan pada sebuah penelitian²⁸.

Inner model akan menunjukkan tingkat signifikansi apabila skor koefisien *path* yang ditunjukkan oleh *T-statistic* haruslah diatas 1,96. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5%, (0,05).²⁹

²⁷ Jogiyanto dan Willy Abdillah. *Konsep Aplikasi PLS*hlm.62

²⁸ *Ibid*

²⁹ Hussein, "Modul Ajar Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0."