

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. menurut (Sugiyono, 2020) penelitian asosiatif kausal merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel. Penelitian ini memungkinkan pengembangan teori yang berfungsi untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan suatu fenomena. Hubungan kausal mengacu pada keterkaitan sebab-akibat, di mana satu variabel bebas (independent) memengaruhi variabel lain yang bergantung (dependen). Pendekatan asosiatif ini menggunakan analisis kuantitatif atau metode statistik. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang memiliki karakteristik sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas mulai dari tahap awal hingga pembuatan desain penelitian. Secara umum, penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan angka, baik dalam pengumpulan data, interpretasi, hingga penyajian data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Influencer* (X1), *Discount* (X2), Keputusan Pembelian (Y), dan *Fear of Missing Out* (Z).

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan yang dilakukan selama penelitian. Pada dasarnya, data dimulai dari bahan mentah. Dalam proses penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah:

3.2.1 Data Primer

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer (Sugiyono, 2020) data primer adalah informasi asli yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung untuk menjawab pertanyaan penelitian secara spesifik. Data ini diperoleh dari sumber pertama melalui metode seperti wawancara, observasi langsung, kuesioner atau survey yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari

jawaban yang diberikan oleh responden yang terpilih dan memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

3.2.2 Data Sekunder

Data Sekunder di definisikan sebagai sumber informasi yang tidak memberikan data secara langsung kepada orang yang mengumpulkannya. Sumber-sumber ini dapat berasal dari berbagai sumber seperti buku, situs web dan dokumen-dokumen lainnya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting dalam penelitian. Ia menekankan bahwa teknik pengumpulan data yang tepat akan mempengaruhi kualitas analisis data yang dihasilkan. Jika pengambilan data tidak sesuai, maka hasilnya dapat menjadi tidak valid dan tidak memenuhi standar yang ditetapkan. Menurut (Sugiyono, 2020), dalam penelitian ini akan diterapkan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Metode ini melibatkan kajian berbagai teori dan topik yang relevan untuk menyusun skripsi ini, menggunakan referensi dari literatur, arsip, dokumentasi, serta data lain yang diperlukan. Selain itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung terkait objek penelitian, termasuk informasi tentang perkembangan jumlah nasabah dan data pendukung lainnya, serta penelitian sebelumnya dalam bentuk jurnal.

2. Penelitian Lapangan (Field Research)

Metode ini melibatkan kunjungan langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh melalui observasi dan interaksi langsung dengan objek yang diteliti.

3.3.1 Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2020), kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner disusun untuk

mengumpulkan informasi terkait objek penelitian dan dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dengan menggunakan skala Likert. Berikut adalah tabel skala yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Skala Likert

Penilaian	Skor	Skala
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Likert
Tidak Setuju (TS)	2	Likert
Netral (N)	3	Likert
Setuju (S)	4	Likert
Sangat Setuju (SS)	5	Likert

Sumber Sugiono 2020

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen pria yang pernah melakukan pembelian produk *skincare* Kahf di Indonesia.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2020), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Karena populasi yang cukup besar, penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode non-probability sampling, khususnya purposive sampling, yang memilih sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sementara itu, menurut, ukuran sampel dapat ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator atau item pernyataan dengan angka 5 hingga 10. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Sampel:
Jumlah indikator x 10

: 16 x 10

: 160

Ada beberapa kriteria sampel yang saya gunakan:

Tabel 3.2 Kriteria Sampel

No	Kriteria Sampel
1	Pria Umur 15-41
2	Pria yang mengetahui <i>Influencer</i> Kahf
3	Pernah melihat iklan produk Kahf melalui <i>Social media influencer</i>
4	Pernah membeli produk <i>Skincare</i> Kahf minimal 1 x

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala hal yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, dengan tujuan memperoleh informasi mengenai hal tersebut dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah *Social Media Influencer*(SMIs)(X1) , dan *Discount* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang di mediasi oleh *Fear of Missing Out* (FoMO) (Z)

3.5.1 Variabel Bebas (Independent)

Variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable dependen (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Social Media Influencer*(SMIs)(X1), dan *Discount* (X2)

3.5.2 Variable Terikat (Dependent)

Variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh atau menjadi hasil dari keberadaan variabel bebas (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, variabel terikat yang dianalisis adalah Keputusan Pembelian (Y)

3.5.3 Variabel Mediasi (Z)

Variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis memengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan endogen, sehingga hubungan tersebut menjadi tidak langsung serta sulit diamati atau diukur. Menurut (Sugiyono, 2020) variabel mediasi adalah variabel yang memberikan dampak pada hubungan antara variabel bebas dan terikat, sehingga hubungan tersebut menjadi tidak langsung. Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fear of Missing Out* (FoMO) (Z).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
<i>Social Media Influencer</i> (SMIs) (X2)	Pengguna internet yang memiliki banyak pengikut di <i>social media</i> dan disukai oleh publik	Mereka memiliki kemampuan untuk dengan cepat menyebarkan informasi atau cerita melalui media sosial, dan setiap kali mereka membuat posting, informasi tersebut langsung dapat diakses oleh banyak pengguna atau masyarakat (Dinh & Lee, 2024)	(Solis dan Webber, 2012; Andeani et al., 2021) mengidentifikasi tiga Indikator utama SMIs, yaitu 1. Reach, 2. Relevant, 3. Resonance.	Linkert
<i>Discount</i> (X2)	<i>Discount</i> adalah pengurangan dari harga tercatat yang diajukan penjual kepada pembeli yang apakah tidak melakukan fungsi pemasaran tertentu atau melakukan fungsi pemasaran.	Salah satu strategi harga yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi keputusan konsumen dan juga diharapkan dapat memberi dampak positif bagi perusahaan. (Saputra et al., 2023)	Indikator-indikator terkait dengan variabel <i>Discount</i> dalam penelitian ini sebagaimana yang disampaikan oleh (Saputra et al. 2023): 1. Efektivitas <i>Discount</i> 2. Meningkatkan Kuantitas pembelian 3. Harga 4. Mengikat Konsumen	Linkert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu tindakan dari konsumen	Menurut (Viola, Apriyansyah, 2024) keputusan pembelian merupakan sebuah proses yang dilalui oleh konsumen diawali dengan mengenali	Indikator – indikator terkait dengan variable keputusan pembelian menurut (Darmawan & Setiawan, 2024)	Linkert

	untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk	masalah yang ingin diselesaikan, mencari informasi terkait dengan produk ataupun merek tertentu sekaligus mengevaluasi dari masing-masing alternatif yang ada untuk membantu menyelesaikan masalah yang dialami dan akhirnya mengarah pada keputusan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Alternatif 4. Waktu Pembelian 5. Metode Pembayaran 6. Jumlah Produk Yang akan dibeli konsumen 	
<i>Fear of Missing Out (FoMO) (Z)</i>	Perilaku yang tidak independent karena bergerak mengikuti tindakan orang lain serta tidak yakin dengan keputusan diri sendiri .	Perilaku ini merupakan perilaku bias yang merupakan perilaku psikologis yang seringkali berperilaku irasional dengan mencontoh penilaian orang lain saat pengambilan keputusan. Menurut (Hadrian & Adiputra, 2020)	Menurut penelitian Przybylski et al 2012 (dalam, Sachiyati, Yanuar and Nisa, 2023) : <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketakutan 2. Kekhawatiran 3. Kecemasan 	Linkert

3.7 Metode Analisis Data

Partial Least Squares (PLS)

Partial Least Squares (PLS) merupakan metode statistik multivariat yang memungkinkan analisis simultan antara berbagai variabel dependen dan independen. Sebagai salah satu pendekatan dalam Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varian, PLS dirancang untuk mengatasi keterbatasan yang ada dalam analisis regresi linear konvensional, seperti sampel kecil, data yang tidak lengkap, dan masalah multikolinearitas. Sementara itu, Structural Equation Modeling (SEM) adalah teknik analisis yang dirancang untuk mengatasi berbagai kelemahan yang dimiliki oleh metode regresi tradisional (Ghozali & Latan, 2015).

Partial Least Square (PLS) adalah metode analisis yang tidak terikat pada asumsi tertentu mengenai skala pengukuran data, sehingga dapat digunakan untuk data berskala nominal, ordinal, interval, rasio, maupun kategori (distribution-free). Metode ini dikenal sangat fleksibel dan memiliki daya analisis yang kuat. Dalam

implementasinya, PLS tidak mensyaratkan jumlah sampel minimum, karena memanfaatkan teknik bootstrapping, yaitu penggandaan sampel secara acak. Pendekatan ini memungkinkan PLS untuk mengatasi keterbatasan asumsi normalitas data, sehingga tetap efektif pada penelitian dengan jumlah sampel kecil. Sebagai metode non-parametrik, PLS tidak memerlukan data yang berdistribusi normal dalam proses analisisnya (Ghozali & Latan, 2015)

Analisis Partial Least Square (PLS) terdiri dari dua jenis sub-model utama, yaitu model pengukuran (measurement model) atau outer model, dan model struktural (structural model) atau inner model. Model pengukuran bertujuan untuk mengevaluasi validitas serta reliabilitas konstruk, sementara model struktural digunakan untuk menganalisis hubungan kausal dan menguji hipotesis melalui model prediktif. Kedua model ini dapat dianalisis secara simultan, memungkinkan integrasi antara pengujian konstruk dan hubungan antar variabel (Ghozali & Latan, 2015).

Menurut (Ghozali & Latan, 2015), parameter yang diestimasi dalam analisis Partial Least Square (PLS) terbagi menjadi tiga kategori utama. Pertama, weight estimate, yang digunakan untuk menghitung skor variabel laten. Kedua, path estimate, yang merepresentasikan hubungan antar variabel laten serta antara variabel laten dengan indikatornya (loading). Ketiga, estimasi terkait means dan lokasi parameter, yaitu nilai konstanta regresi pada indikator dan variabel laten. Semua estimasi ini diperoleh melalui proses iteratif dalam analisis PLS, yang terdiri dari tiga tahap utama, di mana setiap tahap menghasilkan estimasi untuk mendukung proses pemodelan yang lebih akurat.

PLS (Partial Least Square) menggunakan proses iterasi tiga tahap dan dalam setiap tahapnya menghasilkan estimasi yaitu sebagai berikut:

1. Menghasilkan weight estimate.
2. Menghasilkan estimasi untuk inner model dan outer model.
3. Menghasilkan estimasi means dan lokasi (konstanta).

3.8 Uji Persyaratan Instrumen

3.8.1 Uji Model Pengukuran Atau *Outer Model*

Analisis outer model, atau model pengukuran, mengkaji hubungan antara variabel laten dan indikatornya. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Evaluasi terhadap model pengukuran dilakukan melalui analisis faktor konfirmatori dengan pendekatan MultiTrait-MultiMethod (MTMM), yang meliputi pengujian validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*). Selain itu, reliabilitas diukur menggunakan dua indikator utama, yaitu nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (Ghozali & Latan, 2015).

3.8.2 Uji Validitas Instrumen

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan untuk memastikan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Penelitian dikatakan valid jika data yang terkumpul mencerminkan kondisi sebenarnya pada objek yang diteliti, sementara penelitian dinyatakan reliabel jika data yang diperoleh konsisten meskipun dilakukan dalam waktu yang berbeda (Ghozali dan Latan 2015). Untuk memastikan validitas data, peneliti menggunakan kuesioner (angket) yang langsung disebarkan kepada konsumen pengguna produk Kahf.

3.8.3 Uji Realibilitas Instrumen

Uji reliabilitas merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk menilai ketepatan dan keandalan suatu instrumen pengukuran. Konsep reliabilitas mencerminkan sejauh mana hasil pengukuran yang diperoleh melalui instrumen tersebut dapat dipercaya. Agar hasil pengukuran dapat dianggap reliabel, instrumen harus menunjukkan tingkat konsistensi dan kestabilan meskipun digunakan berulang kali, dengan hasil yang serupa pada setiap pengukuran (Ghozali & Latan, 2015). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *internal consistency* yang dihitung melalui *coefficient*

alpha, yang berfungsi untuk mengukur dua atau lebih konsep yang serupa secara simultan.

3.8.4 Uji Model Struktural atau *Inner Model*

Menurut (Evi, dan Rachbini 2022) model struktural (inner model) memiliki peran untuk memprediksi hubungan kausal antara variabel laten. Model ini menggambarkan keterkaitan antara variabel laten yang dikembangkan berdasarkan teori-teori substantif. Penilaian terhadap model struktural dapat dilakukan melalui berbagai metode evaluasi yang relevan.

Evaluasi terhadap model struktural dapat dilakukan melalui beberapa metode berikut:

1. *R-square*

Nilai R-square pada konstruk endogen (variabel dependen) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel eksogen (independen) memengaruhi variabel endogen (dependen). Interpretasi nilai R-square ini mirip dengan interpretasi yang digunakan dalam analisis regresi, di mana nilai tersebut menggambarkan proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

2. *Estimate for path coefficient*

Pengujian ini dilakukan menggunakan metode bootstrapping untuk menentukan signifikansi hubungan antar konstruk dengan memperhatikan nilai koefisien parameter serta nilai T-statistik yang dihasilkan.

3. *Model Fit*

Uji model fit digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian model penelitian. Pengujian ini penting untuk menentukan sejauh mana model yang dibangun sesuai dan dapat digunakan dalam penelitian. Menurut (Ghozali & Latan, 2015) Ada beberapa indikator dalam mengukur model fit :

a. Standardized Root Mean Square

Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), yang mengukur rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dan yang diharapkan. adalah salah satu ukuran fit yang sering digunakan untuk model PLS. Ini

menunjukkan perbedaan antara kovarians yang diamati dan kovarians yang diprediksi oleh model. Nilai SRMR yang lebih tinggi dari 0,010 umumnya dianggap menunjukkan model yang fit.

b. *Normed Fit Index*

Normed Fit Index (NFI) adalah salah satu ukuran untuk menilai kecocokan model dalam analisis model struktural, seperti dalam *Partial Least Squares* (PLS) atau *Structural Equation Modeling* (SEM). NFI mengukur sejauh mana model yang diajukan dapat menjelaskan data dibandingkan dengan model yang lebih sederhana (misalnya model independen atau model yang tidak ada hubungan antar variabel).

c. *Unweight Least Square Distance*

Unweight Least Squares Distance atau d_{ULS} adalah salah satu ukuran jarak dalam model PLS untuk menilai fit model struktural. Ukuran ini berfungsi untuk membandingkan perbedaan antara matriks kovarians yang diobservasi dengan matriks kovarians yang diprediksi oleh model. d_{ULS} mengukur ketidaksesuaian atau deviasi antara model yang dihasilkan dengan data yang diamati, dan umumnya digunakan dalam konteks model fit di PLS. d_{ULS} juga sering digunakan sebagai metode yang tidak terlalu sensitif terhadap penyimpangan kecil dan lebih fokus pada evaluasi kesesuaian model secara keseluruhan. Dalam hal ini, semakin kecil nilai d_{ULS} , semakin baik model tersebut.

d. *Geodesic Distance*

d_G mengukur jarak geodesik antara model yang diobservasi dan model yang dihasilkan. Ini mengacu pada pendekatan evaluasi jarak yang lebih modern dan tepat yang mengukur deviasi dalam ruang geodesik yang lebih dimensi. d_G sering digunakan untuk menilai global fit dari model, yaitu bagaimana model secara keseluruhan cocok dengan data yang ada.

e. *Chi Square*

Nilai d_G yang lebih kecil menunjukkan bahwa model lebih cocok dengan data. Chi-Square (χ^2) adalah statistik yang paling banyak digunakan dalam

pengujian model fit, yang mengukur perbedaan antara nilai kovarians yang diobservasi dan nilai kovarians yang diprediksi oleh model. Dalam analisis PLS, *Chi-Square* mengindikasikan sejauh mana model struktural (termasuk pengaruh antar konstruk) sesuai dengan data yang diamati. Nilai Chi-Square yang lebih kecil menunjukkan kecocokan model yang lebih baik. Namun, karena PLS umumnya digunakan dalam data dengan sampel kecil dan model yang lebih kompleks, statistik ini tidak selalu lebih informatif dibandingkan indikator lain seperti SRMR atau d_G .

4. *Q-square*

Prediction relevance (*Q-square*), yang dikenal juga sebagai Stone-Geisser, digunakan untuk menilai sejauh mana model dan estimasi parameternya mampu menghasilkan nilai observasi yang baik. Jika nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (>0), maka model dianggap memiliki kemampuan prediktif (predictive relevance). Sebaliknya, jika nilai *Q-square* kurang dari 0 (<0), hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang rendah atau kurang relevan.

3.8.5 Uji *Discriminant Validity*

Discriminant validity adalah uji yang bertujuan untuk melihat sejauh mana sebuah konstruk dalam penelitian benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Uji ini penting dalam analisis Structural Equation Modeling (SEM), baik yang menggunakan *Partial Least Squares* (PLS-SEM) maupun Covariance-Based SEM (CB-SEM), agar setiap variabel laten memiliki indikator yang khas dan tidak saling tumpang tindih dengan konstruk lain. Validitas ini memastikan bahwa setiap konstruk benar-benar mengukur aspek yang berbeda dan tidak terlalu berkaitan erat dengan konstruk lainnya. Selain itu, *discriminant validity* juga membantu menghindari masalah multikolinearitas, yang bisa membuat hasil penelitian menjadi bias. Dengan begitu, model pengukuran menjadi lebih akurat karena setiap indikator hanya mencerminkan konstruk yang memang seharusnya diwakili. Ada beberapa cara untuk menguji *Discriminant validity*, yaitu:

1. *Fornell – Larcker Criterion*

Kriteria *Fornell-Larcker* merupakan metode yang dikembangkan oleh Fornell dan Larcker (1981) untuk mengevaluasi validitas diskriminan dalam model pengukuran. Metode ini bekerja dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model. Sebuah konstruk dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik jika akar kuadrat AVE lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Artinya, variabel laten dalam penelitian seharusnya memiliki keterkaitan yang lebih kuat dengan indikator-indikatornya sendiri dibandingkan dengan variabel laten lainnya. Namun, beberapa ahli mengkritik metode ini karena dianggap kurang sensitif dalam mengukur validitas diskriminan. Oleh karena itu, metode alternatif seperti *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) lebih direkomendasikan untuk analisis yang lebih akurat.

2. *Cross loadings*

Cross loadings adalah metode yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan dengan membandingkan loading faktor dari setiap indikator terhadap konstruk utama yang diukurnya serta terhadap konstruk lainnya. Validitas diskriminan dianggap terpenuhi jika suatu indikator memiliki loading faktor tertinggi pada konstruk yang memang seharusnya diwakilinya dibandingkan dengan konstruk lain. Metode ini digunakan dalam model penelitian berbasis *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji sejauh mana hubungan antara indikator dan konstraknya jelas serta sesuai. Indikator dikatakan valid jika memiliki korelasi yang lebih besar dengan konstraknya sendiri dibandingkan dengan korelasinya terhadap konstruk lain dalam model penelitian.

3. HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*)

HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*) adalah metode yang digunakan dalam PLS-SEM untuk menilai validitas diskriminan secara lebih akurat dibandingkan

metode *Fornell-Larcker* dan *cross-loading*. Dikembangkan oleh Henseler, Ringle, dan Sarstedt (2015), HTMT mengukur korelasi antar indikator dari konstruk berbeda (heterotrait) dibandingkan dengan korelasi dalam konstruk yang sama (monotrait). Validitas diskriminan dianggap terpenuhi jika nilai HTMT berada di bawah ambang batas tertentu ($\leq 0,90$ atau $\leq 0,85$). Jika nilainya lebih tinggi, maka ada potensi tumpang tindih antar konstruk. Karena lebih sensitif dalam mendeteksi validitas diskriminan yang lemah, HTMT kini menjadi standar evaluasi model dalam SmartPLS dan software SEM lainnya.

3.9 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengamati nilai T-statistik dan nilai probabilitas. Pada tingkat signifikansi (alpha) 5%, nilai T-statistik yang digunakan sebagai acuan adalah 1,96. Oleh karena itu, kriteria untuk menerima atau menolak hipotesis adalah dengan menerima H_a dan menolak H_0 jika nilai T-statistik lebih besar dari 1,96. Selain itu, dalam pengujian berdasarkan nilai probabilitas, H_a diterima jika nilai p kurang dari 0,05 (Sugiyono, 2020).