

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>62</sup> Menurut Sugiyono metode penelitian merupakan cara - cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu, sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.<sup>63</sup>

Metode penelitian yang dilakukan penulis yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mendominasi sebagai metode untuk penelitian. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>64</sup>

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software smartPLS 3.0. *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan salah satu metode yang bertujuan

---

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm. 2

<sup>63</sup> Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Depok: Prenamedia Group, 2018), hlm. 3

<sup>64</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm. 8

menguji dan menganalisis hubungan kausal antara variabel independent dan dependen, sekaligus memeriksa validitas dan reliabilitas instrument penelitian secara keseluruhan.<sup>65</sup>

## **B. Operasional Variabel**

Operasional variabel adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain.<sup>66</sup> Variabel dalam penelitian ini yaitu literasi, *Word of Mouth* (WOM), dan fasilitas. Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening adalah sebagai berikut:

### **1. Variabel Independen (X)**

Variabel independent sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>67</sup> Variabel independen dalam penelitian ini adalah *word of mouth* (X1) dan fasilitas (X2).

---

<sup>65</sup> Nanik dkk, *Pengaruh Gaya kepemimpinan Transformasional Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM)* (Nurhayati, Setiawan, & Umami, 2015), *Jurnal Teknik Industri* Vol. 3 No. 1, 2015, hlm. 2

<sup>66</sup> Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Absolut Media, 2020), hlm. 54

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm. 39

a. *Word of Mouth* (WOM)

*Word Of Mouth* adalah usaha memasarkan suatu produk atau jasa dengan cara pertukaran informasi dari satu konsumen ke konsumen lain atau dengan merekomendasikan suatu produk atau jasa ke orang lain.

Adapun yang termasuk indikator *word of mouth* (WOM) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel Word of Mouth (X1)**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<i>Word of Mouth</i>	<i>Awareness</i> (Kesadaran memahami keuntungan)	1. Kesadaran konsumen tentang informasi kelebihan produk	likert
	<i>Interest</i> (Minat mencari informasi produk)	1. Konsumen mencari tahu tentang produk (harga, kualitas, manfaat, probabilitas kepentingan)	likert
	<i>Cost</i> (biaya), dan <i>benefit</i> (manfaat)	1. Konsumen menganalisis rentang biaya 2. Konsumen menganalisis manfaat berdasarkan informasi yang tersedia	likert

	<i>Power</i> (kekuatan sumber informasi)	1. Kombinasi dari jumlah waktu, intensitas emosional, keintiman, dan layanan timbal balik	likert
	<i>Persepsi affinity</i> (Kesamaan menjadi pendorong kedekatan hubungan)	1. Kesamaan konsumen dalam sikap, nilai, dan gaya hidup antara dua orang, suka, ketidaksukaan, dan pengalaman	likert
	<i>Kesamaan demografis</i> (kesamaan demografis antara sumber dan target)	1. Kesamaan konsumen seperti umur, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan	likert
	<i>Final decision</i> (keputusan akhir)	1. Keputusan pembelian, juga muncul sebuah keputusan untuk menjadi penyebar informasi bagi yang lain	

b. Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel Fasilitas (Z)**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Fasilitas	1. Penampilan dan keadaan lingkungan sekitarnya: Gedung dan lingkungan eksternalnya.	1. Bank Syariah memiliki Gedung yang bagus dan bersih 2. Bank syariah memiliki Gedung yang bagus dan bersih	Likert
	1. Kemampuan sarana dan prasarana kursi dan pendingin ruangan	1. Ruang tunggu di Bank Syariah bersih dan nyaman	Likert
	1. Perlengkapan dan peralatan: Angjungan Tunai Mandiri (ATM), peralatan pendukung (pena, kertas buka rekening dan meja)	1. Fasilitas ATM Bank syariah mudah ditemui 2. Bank syariah memiliki peralatan yang cukup dan baik untuk melayani nasabah	Likert

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang mejadi

akibat, karena adanya variabel bebas. <sup>68</sup> variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung (Y). Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.

Adapun yang termasuk indikator minat menabung adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 3 Operasional Variabel Minat (Y)**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Minat menabung (Y) <sup>69</sup>	Dorongan dari dalam diri individu	1. Berminat menabung di bank syariah karena keinginan sendiri 2. Berminat menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan dunia akhirat 3. Berminat menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi	Likert

<sup>68</sup> *Ibid*

<sup>69</sup> Aurefanda. V., *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah 2019*

	Motif sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berminat menabung di bank syariah setelah mendapat informasi dari teman</li> <li>2. Saya berminat menabung di bank syariah setelah mendapat informasi dari keluarga</li> <li>3. Berminat menabung di bank syariah jika lokasinya dapat terjangkau</li> </ol>	Likert
	Faktor emosional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berminat menabung di bank syariah karena pelayanannya memuaskan dan karyawannya berpenampilan islami</li> <li>2. Berminat menabung di bank syariah karena kemudahan akses informasinya</li> <li>3. berminat menabung di bank syariah karena adanya bagi hasil dalam sistem operasionalnya.</li> </ol>	Likert

### 3. Variabel intervening (Z)

Menurut Tukman variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela atau antara yang terletak diantara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Adapun yang menjadi variabel intervening dalam penelitian ini yaitu literasi.<sup>70</sup>

Literasi keuangan adalah pengetahuan seseorang tentang konsep-konsep keuangan dan keterampilan dalam mengevaluasi keuangan untuk pengambilan keputusan.

Adapun yang termasuk indikator literasi keuangan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 4 Operasional Variabel Literasi (Z)**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Literasi (Z) Chen dan Volpe 1998 <sup>71</sup>	Pengetahuan keuangan dasar	1. Paham akan pengetahuan mengelola keuangan 2. Mengetahui hukum mengenai riba dengan baik	Likert

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm. 39

<sup>71</sup> Teuku Syifa Fadrizha dkk, *Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh*, *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* Vol. 1 No. 2 2019

	Tabungan dan pinjaman	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lebih percaya menabung di bank syariah</li> <li>2. Meminjam dana di bank syariah</li> </ol>	Likert
	Asuransi syariah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Paham akan kebutuhan asuransi diri</li> <li>2. Paham mengenai asuransi syariah bahwa usaha tersebut adalah usaha saling tolong menolong</li> </ol>	Likert
	Investasi syariah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Paham mengenai produk-produk investasi syariah</li> <li>2. Paham akan pentingnya berinvestasi di produk syariah</li> </ol>	Likert

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi

meliputi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>72</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Nurul A'laa Tasikmalaya.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>73</sup>

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *sampling jenuh* yang termasuk teknik *Nonprobability Sampling* yang diartikan sebagai teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang.<sup>74</sup>

## D. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung dengan memberikan daftar pertanyaan yang akan diisi pada kesempatan lain. Wawancara ditujukan kepada santri pondok Nurul A'laa yang merupakan nasabah dan bukan nasabah Bank Syariah. Teknik wawancara yang dilakukan adalah secara tidak terstruktur

---

<sup>72</sup> *Ibid* hlm. 80

<sup>73</sup> *Ibid* hlm. 81

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) hlm. 85

(*Unstructured Interview*). Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>75</sup>

## **2. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan google form atau selebaran sebagai sarannya, lalu disebar kepada santri Pondok Pesantren Nurul A'laa.

## **E. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian ini instrument yang digunakan berupa kuesioner dimana pengukuran yang dipakai adalah skala *likert*. Skala *likert* adalah suatu skala psikometrik yang digunakan dalam kuesioner dan merupakan salah satu teknik

---

<sup>75</sup> *Ibid* hlm. 233

<sup>76</sup> *Ibid* hlm. 142

yang dapat digunakan dalam evaluasi suatu program atau kebijakan perencanaan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang.<sup>77</sup>

Untuk memudahkan penyusunan instrument, maka perlu digunakan matriks pengembangan instrument atau kisi-kisi instrument

**Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Untuk Mengukur Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Fasilitas Terhadap Minat Santri Menabung di Bank Syariah Dengan Literasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Nurul A'laa)**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Item
Literasi (X1)	Pengetahuan keuangan dasar	1. Paham akan pengetahuan mengelola keuangan 2. Mengetahui hukum mengenai riba dengan baik	
	Tabungan dan pinjaman	3. Lebih percaya menabung di bank syariah 4. Meminjam dana di bank syariah	
	Asuransi syariah	5. Paham akan kebutuhan asuransi diri 6. Paham mengenai asuransi syariah bahwa usaha tersebut adalah usaha saling tolong menolong	

<sup>77</sup> Fadila Woro Isti Rahayu, dkk, *Penerapan Metode Naïve Bayes dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa*, (Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020), hlm. 56

	Investasi syariah	7. Paham mengenai produk-produk investasi syariah 8. Paham akan pentingnya berinvestasi di produk syariah	
<i>Word of Mouth</i> (X2)	<i>Awareness</i> (Kesadaran memahami keuntungan)	9. Kesadaran konsumen tentang informasi kelebihan produk	
	<i>Interest</i> (Minat mencari informasi produk)	10. Konsumen mencari tahu tentang produk (harga, kualitas, manfaat, probabilitas kepentingan)	
	<i>Cost</i> (biaya), dan <i>benefit</i> (manfaat)	11. Konsumen menganalisis rentang biaya 12. Konsumen menganalisis manfaat berdasarkan informasi yang tersedia	
	<i>Power</i> (kekuatan sumber informasi)	13. Kombinasi dari jumlah waktu, intensitas emosional, keintiman, dan layanan timbal balik	
	<i>Persepsi affinity</i> (Kesamaan menjadi pendorong kedekatan hubungan)	14. Kesamaan konsumen dalam sikap, nilai, dan gaya hidup antara dua orang, suka, ketidaksukaan, dan pengalaman	

	<i>Kesamaan demografis</i> (kesamaan demografis antara sumber dan target)	15. Kesamaan konsumen seperti umur, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan	
	<i>Final decision</i> (keputusan akhir)	16. Keputusan pembelian, juga muncul sebuah keputusan untuk menjadi penyebar informasi bagi yang lain	
Minat (Y)	Dorongan dari dalam diri individu	17. Berminat menabung di bank syariah karena keinginan sendiri 18. Berminat menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan dunia akhirat Berminat menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi	
	Motif sosial	19. Berminat menabung di bank syariah setelah mendapat informasi dari teman 20. Saya berminat menabung di bank syariah setelah mendapat informasi dari keluarga	

		21. Berminat menabung di bank syariah jika lokasinya dapat terjangkau	
	Faktor emosional	22. Berminat menabung di bank syariah karena pelayanannya memuaskan dan karyawannya berpenampilan islami 23. Berminat menabung di bank syariah karena kemudahan akses informasinya 24. beminat menabung di bank syariah karena adanya bagi hasil dalam sistem operasionalnya	
Fasilitas (Z)	Penampilan dan keadaan lingkungan sekitarnya: Gedung dan lingkungan eksternalnya.	25. Bank Syariah memiliki Gedung yang bagus dan bersih 26. Bank syariah memiliki Gedung yang bagus dan bersih	
	Kemampuan sarana dan prasarana kursi dan pendingin ruangan	27. Ruang tunggu di Bank Syariah bersih dan nyaman	
	Perlengkapan dan peralatan: Angjungan Tunai	28. Fasilitas ATM Bank syariah mudah ditemui	

	Mandiri (ATM), peralatan pendukung (pena, kertas buka rekening dan meja)	29. Bank syariah memiliki peralatan yang cukup dan baik untuk melayani nasabah	
--	---	--	--

Pernyataan yang ada pada kuesioner yaitu pernyataan positif maka penilainya adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 6 Notasi Nilai atau Predikat Masing-Masing Pilihan Untuk  
Pertanyaan Positif**

<b>Nilai</b>	<b>Kriteria Jawaban Variabel (X)</b>	<b>Kriteria Jawaban Variabel (Z)</b>	<b>Kriteria Jawaban Variabel (Y)</b>
5	Sangat Setuju (S)	Sangat Setuju (S)	Sangat Setuju (S)
4	Setuju (S)	Setuju (S)	Setuju (S)
3	Ragu-ragu (R)	Ragu-ragu (R)	Ragu-ragu (R)
2	Tidak Setuju (TS)	Tidak Setuju (TS)	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Setuju (STS)

Pernyataan yang ada pada kuesioner yaitu pertanyaan negatif maka penilaiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 7 Notasi Nilai atau Predikat Masing-masing Pilihan untuk  
Pertanyaan**

Nilai	Kriteria Jawaban Variabel (X)	Kriteria Jawaban Variabel (Z)	Kriteria Jawaban Variabel (Y)
1	Sangat Setuju (S)	Sangat Setuju (S)	Sangat Setuju (S)
2	Setuju (S)	Setuju (S)	Setuju (S)
3	Ragu-ragu (R)	Ragu-ragu (R)	Ragu-ragu (R)
4	Tidak Setuju (TS)	Tidak Setuju (TS)	Tidak Setuju (TS)
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Setuju (STS)

Untuk mengetahui apakah penelitian tersebut valid atau reliabel, maka perlu dilakukan uji instrumen tersebut dengan melakukan validitas dan reliabilitasnya.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan-pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan-pernyataan pada umumnya mendukung suatu

kelompok variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan.<sup>78</sup>

Alat analisis yang biasanya digunakan adalah Bivariate Pearson (Produk Moment Pearson) yaitu analisis yang mengkorelasikan nilai item per item terhadap skor total item dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Namun sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka korelasi antar item dianggap rendah dan dinyatakan tidak valid.<sup>79</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan.<sup>80</sup>

Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas biasanya nilai harus didapat  $> 0.7$  untuk memiliki keandalan suatu data telah mencukupi, dan apabila  $< 0.6$  dapat disimpulkan bahwa data pada penilaian belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelitian.<sup>81</sup>

---

<sup>78</sup> Surajiyo Nasruddin dan Herman Paleni, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 75

<sup>79</sup> Agustina Marzuki, Crystha Armereo, dan Pipit Fitri R, *Praktikum Statistik*, (Malang: Ahlimidia Press, 2020), hlm. 62

<sup>80</sup> *Ibid* hlm.

<sup>81</sup> *Ibid* hlm. 67

## F. Uji Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis dipergunakan guna mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah dengan menggunakan statistik.<sup>82</sup> Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

### 1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan metode *structural equation modeling* (SEM). merupakan salah satu metode yang bertujuan menguji dan menganalisis hubungan kausal antara variabel independent dan dependen, sekaligus memeriksa validitas dan reliabilitas instrument penelitian secara keseluruhan.<sup>83</sup> Langkah-langkah analisis data dengan metode *structural equation modeling* (SEM) adalah sebagai berikut:

#### a. Screening Data

##### 1) Sample Size

PLS-SEM dapat menggunakan ukuran sampel kecil Ketika model terdiri dari banyak konstruksi dan sejumlah besar item. Secara teknis, algoritma PLS-SEM memungkinkan hal ini dengan menghitung pengukuran dan hubungan model structural secara terpisah, bukan secara bersamaan. Namun, seperti metode multivariat lainnya, PLS-SEM tidak mampu mengubah sampel yang buruk

---

<sup>82</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 174

<sup>83</sup> Nanik dkk, *Pengaruh Gaya kepemimpinan Transformasional Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM)*, Jurnal Teknik Industri Vol. 3 No. 1, 2015, hlm. 2

(misalnya non-representatif) menjadi sampel yang tepat untuk mendapatkan estimasi model valid. Metode *sample size* ada 3 macam yaitu  $R^2$  *power table*, *power analysis* dan *power analysis G-Power software*.

2) *Missing Value*

Untuk nilai batas wajar yaitu kurang dari 5% nilai yang hilang dari indikator.

3) *Oulier and Extreme Respons Paterns* (komplementer)

Uji ini adalah untuk mengecek pola respons tertentu misalnya garis lurus atau kesalahan dalam data misalnya 77 bukannya 7 pada skala 1-7.

**b. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)**

1) *Loading Factors*

*Loading factor* yang direkomendasikan adalah  $> 0,7$  yang menunjukkan bahwa kosntruk menjelaskan lebih dari 50 % varians indikator, sehingga memberikan keandalan item yang dapat diterima.

2) *Internal Consistency Reliability* (uji reliabilitas)

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur kosntruk. Dengan menggunakan SmartPLS 3.0 yaitu dengan cara melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Nilai *Cronbach's Alpha* yang direkomendasikan adalah  $> 0,6$  Dan untuk nilai *Composite Reliability* yang direkomendasikan adalah  $> 0,6$ .

### 3) *Convergent Validity* (Uji Validitas Konvergen)

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (manifest variabel) dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen adalah dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE harus 0,5 atau lebih.

### 4) *Discriminant Validity* (Uji Validitas Diskriminan)

Uji validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (manifest variabel) konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Cara untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan melihat nilai *metrix fronnell-larcker criterion* yaitu direkomendasikan nilai akar AVE bersama untuk semua konstruksi model tidak boleh lebih besar dari nilai korelasi antar konstruksi. Cara lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan menggunakan *the heterotrait-monotrait* (HTMT) *ratio of the correlations* dan nilai yang direkomendasikan adalah  $< 0,9$

### c. **Evaluasi Model Struktural** (*Inner Model*)

*Inner Model* adalah model structural berdasarkan nilai koefisien jalur, dengan melihat seberapa besar pengaruh antarvariabel laten dengan perhitungan *bootstrapping*. Evaluasi yang dilakukan dengan melihat kriteria nilai *R-Square* dan nilai signifikansi.<sup>84</sup>

---

<sup>84</sup> Rahmad Solling Hamid dan Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS*

1) *Multicollinearity*

Diperiksa dengan menggunakan nilai *variance inflation factors* (VIF). Nilai VIF harus mendekati 3 atau lebih rendah.

2) *The coefficient of determination* (Koefisien Determinasi /  $R^2$ )

$R^2$  mengukur varians yang dijelaskan dalam setiap konstruksi endogen, oleh karena itu nilai ini merupakan ukuran kekuatan penjelas model. Menurut Hair  $R^2 = 0,75$  (model kuat),  $R^2 = 0,50$  (model moderat),  $R^2 = 0,25$  (model lemah).

3) *The Blinding-based Crossvalidated Redundancy Measure*

Diperiksa menggunakan nilai *stone-geisser*  $Q^2$ .  $Q^2$  adalah sarana untuk menilai relevansi prediktif model. Secara khusus nilai  $Q^2$  yang  $> 0$  untuk konstruk endogen tertentu menunjukkan bahwa nilai-nilai yang diamati telah direkonstruksi dengan baik sehingga model memiliki relevansi prediktif. Sebagai aturan praktis, nilai  $Q^2$  menggambarkan nilai relevansi prediktif  $> 0$  (kecil), 0,25 (sedang) dan 0,50 (besar).

4) *The Statistical Significance and Relevance of The Path Coefficients*

Diperiksa menggunakan nilai *t-value*, nilai signifikan apabila  $> 1,96$  dan nilai *p-value*, nilai signifikan apabila  $< 0,05$ .

## 2. Uji Hipotesis

### a. Hipotesis 1-5

- 1) Jika nilai *t-statistik* lebih kecil dari nilai *t-tabel* ( $t\text{-statistik} < t\text{-tabel}$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

2) Jika nilai t-statistik lebih besar atau sama dengan t-tabel ( $t\text{-statistik} > t\text{-tabel}$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

#### b. Hipotesis 6-7

Sedangkan untuk melihat hipotesis 6 sampai dengan hipotesis 7 diterima atau tidak, dapat dilihat melalui kriteria sebagai berikut: apabila diperoleh  $p\text{-value} < 0,05$  (alpha 5%), maka dapat dikatakan signifikan.

### G. Tempat dan Waktu Penelitian

#### 1. Tempat Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian ini adalah Pondok Pesantren Nurul A'laa Kota Tasikmalaya.

#### 2. Waktu Penelitian

**Tabel 3. 8 Alokasi Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	2022-2023						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Penyusunan Proposal Usulan Penelitian							
2	Seminar Usulan Penelitian							
3	Pelaksanaan: a. Pengumpulan Data b. Pengolahan Data c. Penganalisisan Data							

4	Pelaporan:  a. Penyusuna Laporan  b. Laporan Hasil  Skripsi							
5	Sidang Skripsi							