

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif kuantitatif, yaitu menjelaskan atau mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. (Sugiyono, 2019:292). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu pemasaran media sosial, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang merupakan variabel terikat. Metoda penelitian yang digunakan adalah survei. Unit analisis yang digunakan untuk masing-masing identifikasi masalah adalah analisis individu yaitu pengguna Aplikasi Make Up Artist Mecapan. Penelitian *cross-sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk dapat menjawab pertanyaan dari penelitian (Sekaran, 2016:106)

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi penelitian**

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti. Obyek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, sistem dan prosedur, fenomena dan lain-lain (Sugiyono, 2017:116). Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Aplikasi Make Up Artist Mecapan, yang jumlahnya tidak terhingga.

##### **3.2.1. *Sampling* dan Sampel penelitian**

Sugiyono (2019:116) memberikan pengertian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Arikunto (2016:117), menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Tujuan pengambilan sampel adalah untuk menghemat biaya, waktu dan tenaga.

Bagaimanapun, pengambilan sampel harus dilakukan dengan cara yang menggambarkan populasi sebenarnya. Teknik *non probability sampling* yang digunakan peneliti adalah teknik *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu pengguna Aplikasi Make Up Artist Mecapan yang lebih dari 2 kali konten. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Aplikasi Make Up Artist Mecapan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Usia lebih dari 17 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa diharapkan responden sudah dapat membuat penilaian secara obyektif mengenai pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian.
2. Responden yang dipilih konsumen yang merupakan pengguna Aplikasi Make Up Artist Mecapan

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Margin of error* menurut Arikunto (2017:75).

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% dengan kesalahan 5% diperoleh nilai sebesar Z 1,96

Moe = *Margin of error* tingkat kesalahan maksimum yang dapat di ditoleransi

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04} = 96,54 \approx 97$$

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik survei dengan kuisisioner sebagai alat yang kemudian akan disebarakan kepada responden. Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data gambaran umum perusahaan.

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam survei ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau jawaban kepada responden secara tertulis (Sugiyono, 2019: 142). Dalam penelitian ini pertanyaan-pertanyaan dalam angket disusun menurut urutan variabel menurut indeks, dan tujuannya agar pertanyaan-pertanyaan dalam angket tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Menemukan dan mengevaluasi sikap dan persepsi responden. Penelitian ini menggunakan skala Likert. Respon untuk setiap item perangkat memiliki nilai berbobot, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 3.1.** Bobot Nilai Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019)

Data yang dikumpulkan dalam survei ini diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan pengukuran data ordinal. Pengukuran data ordinal (skala ordinal) menampilkan data dalam urutan tertentu (Ferdinand, 2015: 261). Skala ordinal yang digunakan adalah skala semantik, yaitu respon terhadap suatu stimulus, yang

diwakili oleh kategori semantik, yang menunjukkan tingkat karakteristik atau informasi tertentu.

Rentang nilai sekala likert yang digunakan bertujuan untuk menghindari sikap responden yang menjawab pertanyaan pada pilihan netral atau ragu-ragu yang diberikan responden mengenai pengaruh *content marketing*, *perceived usefulness*, *subjective norm* dan risiko terhadap minat penggunaan aplikasi make up artist mecapan.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Di dalam penelitian ini, peneliti membagi variabel-variabel menjadi dua macam, yaitu variabel dependen (*dependen variable*) dan variabel independen (*independen variable*). Berikut adalah penjelasan atas beberapa variabel yang digunakan dan pengukurannya yaitu sebagai berikut:

#### 3.4.1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*Dependent Variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah minat (Y). Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Menurut Cheng (2014) Minat menggunakan adalah keputusan subjektif dari konsumen tentang kemungkinan kesediaan untuk menggunakan produk di masa depan.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel Minat**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Minat Penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan (Y)	Minat menggunakan adalah keputusan subjektif dari konsumententang kemungkinan kesediaan untuk menggunakan produk di masa depan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akan menggunakan produk di masa depan</li> <li>• Akan sering menggunakan produk di masa depan</li> <li>• Akan terus menggunakan produk di masa depan</li> </ul>

Sumber: Cheng, 2014

### 3.4.2. Variabel Independen (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas antara lain adalah:

#### 1. *Content Marketing*

Menurut Patricia Raquel (2015), terdapat dua indikator dalam content marketing yaitu kualitas konten dan kuantitas konten bersifat informasi yang akan diberikan kepada konsumen.

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel *Content Marketing***

Variabel	Indikator Pengukuran Variabel	Definisi indikator	Indikator
<p style="text-align: center;"><i>Content Marketing</i> (X1)</p> <p style="text-align: center;">Patricia Raquel (2015)</p>	Relevansi	Informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan masalah dari konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten berisi informasi yang dibutuhkan</li> <li>• Konten dapat menyelesaikan masalah</li> </ul>
	Akurasi	Informasi pada konten sesuai dengan kondisi dan kenyataan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten berisi kondisi terkini</li> <li>• Konten sesuai dengan keadaan produk atau jasa</li> </ul>
	Bernilai	Informasi konten sekiranya harus memiliki nilai dan manfaat bagi konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten bernilai dan mengedukasi</li> <li>• Konten dapat dipercaya</li> </ul>
	Mudah dipahami	Informasi konten harus dapat dipahami dengan mudah bagi konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten mudah dipahami</li> <li>• Tulisan dapat dilihat dengan jelas</li> </ul>
	Mudah ditemukan	Konten disalurkan melalui berbagai media yang tepat sehingga mudah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten mudah ditemukan</li> <li>• Konten diupload</li> </ul>

Variabel	Indikator Pengukuran Variabel	Definisi indikator	Indikator
		dijangkau oleh konsumen	banyak media sosial
	Konsistensi	Konten yang didistribusikan memperhatikan kuantitas dengan cara melakukan update secara berkala	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten sering di upload</li> <li>• Konten selalu <i>up to date</i></li> </ul>

Sumber: Patrician Raquel, 2015

## 2. *Perceived Usefulness*

Davis (1989) mendefinisikan *Perceived usefulness* sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya, mengikuti definisi dari *useful*: dapat digunakan secara menguntungkan.

**Tabel 3.4**  
**Definisi Operasional Variabel *Perceived Usefulness***

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<i>Perceived Usefulness</i> (X2)	Sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempermudah transaksi pembayaran</li> <li>• Mempercepat transaksi pembayaran</li> <li>• Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi</li> <li>• Memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran</li> <li>• Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran</li> </ul>

Sumber: Davis, 1989

### 3. *Subjective Norm*

Jogiyanto (2017) mendefinisikan norma subjektif atau *subjective norm* adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

**Tabel 3.6**  
**Definisi Operasional Variabel *Subjective Norm***

Variabel	Indikator Pengukuran Variabel	Lingkup pernyataan
<i>Subjective Norm</i> (X3)	<i>Normative beliefs</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anggota Keluarga</li> <li>• Teman</li> <li>• Lingkungan Sekitar</li> <li>• Dosen atau Pakar</li> </ul>
	<i>Motivation to comply</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anggota Keluarga</li> <li>• Teman</li> <li>• Lingkungan Sekitar</li> <li>• Dosen atau Pakar</li> </ul>

Sumber: Fishbein dan Ajzen, 1975

### 4. Risiko

Menurut Yang *et al.* (2015) persepsi risiko adalah faktor negatif yang menghalangi seseorang untuk menerima sesuatu. Risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Pada variabel risiko, peneliti mengacu pada penelitian Yogananda (2017) yang menggunakan tiga indikator, yaitu pertimbangan risiko, risiko privasi, risiko ekonomi.

**Tabel 3.7**  
**Definisi Operasional Variabel Risiko**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Risiko (X4)	Persepsi risiko adalah faktor negatif yang menghalangi seseorang untuk menerima sesuatu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risiko ekonomi</li> <li>• Risiko personal</li> <li>• Risiko performa perusahaan</li> <li>• Risiko privasi</li> </ul>

Sumber: Yang *et al.*, 2015

### 3.5. Pengujian Instrumen Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian, keakuratan data menentukan kualitas hasil penelitian. Di sisi lain, kebenaran data tergantung pada kebaikan alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai sarana survei data survei.

#### 3.5.1. Uji Validitas

Validitas adalah derajat kesesuaian antara hasil penelitian dengan keadaan yang sebenarnya atau sejauh mana hasil penelitian mencerminkan keadaan atau kondisi empiris yang sebenarnya. Jika hasil penelitian valid maka informasi hasil penelitian dengan meyakinkan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan tentang *problem solving* permasalahan yang terjadi atau dapat digunakan sebagai *benchmarking* untuk dapat diaplikasikan pada *setting* penelitian atau pada wilayah yang lebih luas (Solimun et al., 2017).

Pada Analisa SEM, validitas konvergen dan validitas diskriminan yang diwakili oleh nilai AVE dan korelasi variabel laten harus lebih besar dari 0,50. Untuk korelasi variabel laten, nilai akar kuadrat AVE dari setiap variabel laten harus lebih besar daripada korelasi antar variabel laten

#### 3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tidak bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten di berbagai elemen instrumen dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, reliabilitas suatu pengukuran merupakan indikator stabilitas dan konsistensi konsep pengukuran instrumen dan membantu untuk menilai "keakuratan" pengukuran (Sekaran & Bougie, 2016).

Pada analisa SEM, nilai reliabilitas ini dihitung dengan SmartPLS. Saat melakukan tindakan ini, nilai keandalan muncul di sisi dalam dan sisi luar model struktural. Reliabilitas indikator dan reliabilitas konsistensi internal ditemukan di sisi dalam model, dan nilai jalur ditemukan di sisi luar model. Dalam SmartPLS, reliabilitas indikator dihitung sebagai nilai alpha *Cronbach*, dan reliabilitas

konsistensi internal dihitung sebagai nilai reliabilitas komposit. Reliabilitas indikator dan nilai reliabilitas konsistensi internal harus lebih dari 0,7 untuk menerima konstruk (Ruben et al., 2020).

Uji Reliabilitas studi pendahuluan digunakan untuk mengukur kehandalan suatu kuisisioner dan dikatakan realible jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *outer loading*. Nilai yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2019) harus lebih besar atau sama dengan 0,70. nilai *cronbach alpha* yang direkomendasi di atas 0,70. Sedangkan untuk *composite reliability* nilai yang direkomendasikan berkisar 0,70 sampai 0,90.

### **3.6. Metoda Analisis Data**

Setelah data survei terkumpul, data tersebut diubah menjadi data kuantitatif dengan memberikan bobot skor berdasarkan skala Likert. Dalam penelitian ini, SmartPLS menggunakan Structural Equation Modeling (SEMPLS) untuk mengolah dan menampilkan data dalam format grafik. Software

SmartPLS digunakan untuk memudahkan pengolahan data dan membuat hasil lebih cepat dan akurat. Dimana editing dan coding berlangsung. Editing merupakan langkah awal dalam mengolah data yang diperoleh dari peneliti lapangan dengan memeriksa potensi kesalahan jawaban responden dan ketidakpastian jawaban responden. Pengkodean memberikan tanggapan alternatif yang serupa, baik dalam bentuk karakter atau penyandian tertentu, atau mengkategorikannya untuk membantu peneliti membuat tabel.

#### **3.6.2. Metoda penyajian data**

Dalam penelitian ini, data yang terkumpul disajikan dalam format tabel. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pemahaman analisis data dan penelitian sehingga data yang disajikan dapat disajikan lebih sistematis.

### **3.6.3. Analisis Statistik Data**

Pada penelitian ini memakai metode pengumpulan data kuisioner. Peneliti akan menganalisa dan mengolah data dari jawaban responden untuk mencapai tujuan penelitian. Data Analisis adalah proses menganalisis data secara statistik untuk membuktikan apakah hipotesis penelitian diterima atau tidak (Sekaran & Bougie, 2016). Proses analisa data melalui beberapa proses berupa pengelompokan data menjadi beberapa kategori, pengkodean, analisis data, dan interpretasi data. Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang bersifat numerik yang akan dianalisa menggunakan metode statistik (Sugiarto, 2017). Metode analisis data yang dipergunakan pada penelitian ini ialah metode statistik deskriptif dan statistik inferensial.

#### **3.6.3.1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan dalam menggambarkan dan menjelaskan data yang dikumpulkan dari suatu fenomena. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik variabel penelitian. Statistik deskriptif adalah analisis yang dapat memberikan gambaran tentang sebaran data umum tentang sifat-sifat masing-masing variabel survei berdasarkan mean. Dalam penelitian ini digunakan skala Likert untuk semua variabel (Sekaran & Bougie, 2016).

#### **3.6.2.2. Statistik Inferensial**

Statistik inferensial mempunyai tujuan untuk mengambil kesimpulan atas data melalui analisis yang lebih umum untuk populasi dengan menganalisis sampel data. Kesimpulan data dianalisis melalui hubungan antara dua variabel, perbedaan variabel antar subkelompok serta menjelaskan hubungan variabel bebas dengan variabel terikat (Sekaran & Bougie, 2016). Statistik inferensial ada 2 jenis yaitu statistik parametrik dan statistic non parametrik. Statistik parametrik dipakai untuk menganalisa data dengan skala rasio dan interval, serta

memperhatikan sebaran data apakah tersebar secara normal atau tidak. Statistik non parametrik dipakai untuk menganalisa data dengan skala ordinal atau skala nominal, dan tidak menggunakan parameter statistik (mean, median, mode) sebagai referensi (Sekaran, 2016).

#### 3.6.2.2.1 Partial Least Square (PLS) - Structural Equation Modeling (SEM)

*Structural Equation Modelling* (SEM) adalah teknik statistik hybrid yang digunakan dalam pengujian model statistik berupa model kausal, dimana teknik ini bersifat konfirmatori daripada menjelaskan (Sarwono Y., 2010). Teknik tersebut meliputi analisis faktor, analisis jalur, dan regresi. SEM adalah teknik statistik yang menganalisa pola hubungan antara konstruksi laten satu sama lain, dengan mengukur berdasarkan konstruksi indikator, untuk mengetahui adanya hubungan timbal balik (Sugiarto, 2017).

Pada penelitian ini akan menggunakan software PLS-SEM untuk menganalisa data. Dengan PLS-SEM memungkinkan peneliti untuk memperkirakan model hubungan hubungan sebab-akibat yang kompleks dengan variabel laten (secara grafis direpresentasikan sebagai lingkaran) dan variabel yang diamati (secara grafis direpresentasikan sebagai persegi panjang). Variabel laten dapat diwujudkan sebagai fenomena yang tidak teramati seperti persepsi, sikap, dan niat, sedangkan variabel yang diamati diwujudkan sebagai tanggapan dari kuesioner (Hair et al, 2014).

#### 3.6.2.2.2. Model Evaluasi

Menurut Ghozali (2015), evaluasi model pada PLS-SEM dilakukan untuk mengevaluasi dan memperkirakan hasil secara keseluruhan jalur dari diagram melalui model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Model pengukuran luar dapat dinilai dengan uji reliabilitas dan uji validitas variabel laten sedangkan model struktural dapat dinilai dengan uji signifikansi supaya dapat memprediksi dan menguji pengaruh variabel laten.

Variabel yang digunakan dalam metode PLS SEM yaitu variabel yang

dengan diamati baik langsung dan variabel tidak dapat diamati baik secara langsung. Dalam model struktural atau model inner, ada variabel laten yang memiliki hubungan yang saling berkaitan. Variabel laten yaitu variabel yang tidak diukur baik secara langsung, dimana terbagi menjadi dua yaitu

- 1) Variabel Laten Eksogen (Variabel Independen): variabel yang mempengaruhi variabel lain dalam model penelitian yaitu variabel dependen yang ditunjukkan dengan adanya tanda anak panah yang berasal dari variabel independen ke variabel dependen
- 2) Variabel Laten Endogen (Variabel Dependen): variabel yang dapat dipengaruhi secara langsung atau tidak langsung oleh variabel eksogen.

Dalam PLS SEM ada variabel manifest yaitu variabel yang dipakai untuk mengukur variabel laten, dimana setiap variabel laten memiliki beberapa variabel manifest (Sarwono J., 2018). Dalam PLS SEM, untuk menghubungkan variabel manifest dengan variabel laten, ada 2 acara yaitu model reflektif dan model formatif (Sarwono J., 2018; Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2014)

Model reflektif merupakan perwujudan atau refleksi dari konstruksya, dimana variabel manifest bertindak sebagai indikator yang dipengaruhi oleh konsep yang sama dengan variabel laten. Model formatif merupakan model yang dapat menyebabkan perubahan pada variabel laten, dimana jika terjadi perubahan indikator pada variabel manifest-nya akan tercermin dalam perubahan variabel laten (Sarwono J., 2018). Ada komponen final yang menjadi ciri khusus dengan menggunakan SEM dengan yaitu skema pembobotan atau hubungan bobot, dimana komponen ini hanya ada pada SEM berbasis varian (Monecke & Leisch, 2012). Skema pembobotan dilakukan pada tahap PLS algoritma hingga perkiraan bobot atau nilai model dalam untuk setiap variabel laten. Ada tiga skema pembobotan dalam model bagian dalam, yang mencakup jalur skema, skema sentroid, dan skema faktor (Abdillah & Jogiyanto, 2015; Sarwono J., 2018).

Dalam penelitian ini model struktural atau inner model meliputi *Content Marketing*, *Perceived Usefulness*, *Subjective Norm* dan risiko sebagai variabel laten eksogen dengan minat penggunaan secara online sebagai variabel laten

endogen. Model pengukuran luar (outer model) menggunakan manifes variabel atau indikator dengan model reflektif yang dipengaruhi oleh *Content Marketing*, *Perceived Usefulness*, *Subjective Norm*, risiko dan minat penggunaan sebagai variabel laten.

### 3.6.2.2.3 Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menguraikan hubungan antara indikator dan variabel laten. Model ini digunakan untuk menguji validitas struktur dan reliabilitas peralatan. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan alat penelitian mengukur apa yang hendak diukur, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi indikator terhadap konsep dan konsistensi yang digunakan untuk mengukur derajat. Responden menjawab pertanyaan tentang survei.

Kriteria untuk mengukur dan menilai model luar adalah melalui 4 kriteria yaitu validitas konvergen, validitas diskriminan, reliabilitas komposit dan cronbach's alpha (Abdillah & Jogiyanto, 2015)

#### 1) Validitas Konvergen

Pada model pengukuran luar, uji validitas konvergen dapat dilihat melalui korelasi yang tinggi antara manifest variabel (indikator) dan skor suatu konstruk (variabel). Dalam PLS SEM, variabel manifes dianggap telah memenuhi validitas jika memenuhi aturan kriteria dimana nilai variabel Average Variance Extracted (AVE) > 0,5 dan *loading factor* atau *outer loading* pada variabel manifes memiliki nilai > 0.7. Namun, untuk penelitian tahap awal dilakukan pengembangan suatu pengukuran, nilai pembebanan skala 0,50 sampai 0,60 dianggap sudah memadai, sehingga semakin tinggi nilai faktor pembebanannya maka semakin penting peran dari variabel manifes dalam menafsirkan konstruksi (Ghozali, 2018).

#### 2) Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan pada indikator reflektif perlu dilakukan untuk memastikan jika variabel manifes (indikator) sebuah konstruk (variabel) tidak

memiliki hubungan korelasi tinggi dengan variabel manifes lainnya. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai cross-loading atau membandingkan akar kuadrat dari AVE ( $\sqrt{AVE}$ ) yang dikenal dengan kriteria Fornell-Larcker. Pengujian validitas diskriminan dengan memakai cross loading ada dua cara yaitu:

- a) Mempertimbangkan korelasi antara konstruk dan variabel manifesnya, di mana nilai harus lebih tinggi dari nilai pengukuran konstruksi lain. Ini menunjukkan jika konstruksi laten memprediksi ukuran blok lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Melihat nilai masing-masing, variabel manifes harus lebih besar dari 0,7.
- b) Kriteria Fornell Larcker adalah untuk menilai konstruksi laten dengan variabel manifesnya itu memiliki lebih banyak varian daripada konstruksi lainnya. Kriteria ini membandingkan file akar kuadrat AVE melalui setiap konstruk dengan nilai yang lebih tinggi dari korelasi antara konstruksi lain (Ghozali, 2018)

Kriteria Cross Loading dan Fornell Larcker memiliki sensitivitas yang rendah dalam menilai validitas diskriminan (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2014)

### 3) Cronbach's Alpha

Pengujian reliabilitas berguna untuk membuktikan akurasi, keakuratan dan konsistensi suatu instrumen dalam mengukur konstruk (Ghozali (2015). Cronbach Alpha dapat digunakan dalam SEM dengan PLS dengan melihat nilai minimum atau lebih besar dari 0,7 untuk penelitian konfirmatori, di mana nilai ideal adalah 0,8 atau 0,9. Untuk eksplorasi penelitian, nilai Cronbach's Alpha setidaknya atau lebih besar dari 0,6. Menurut Ghozali (2015), mengukur reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha memiliki estimasi batas bawah mengukur parameter. Penggunaan Cronbach's Alpha harus mengukur korelasi indikator terhadap variabel laten dengan menampilkan korelasi koefisien atau bobot yang sama pada setiap indikator dari satu variabel laten, sedangkan pada SEM, bobot atau nilai indikator memiliki variasi yang berbeda-beda, sehingga Cronbach's Alpha cenderung diabaikan dan menggunakan composite reliability atau disebut juga Dillon-Goldstein

mengukur keandalan dengan estimasi parameter yang lebih akurat (Ghozali, 2018).

#### 4) Composite Reliability (*Construct Reliability*)

Composite reliability atau construct reliability adalah pendekatan dalam menguji reabilitas yang mengukur seberapa reliabel suatu item dalam pertanyaan dapat mengukur variabel latennya (Cho, 2016). Untuk menilai konstruksi reliabilitas pada nilai composite reliability yaitu nilai batas 0,7 ke atas dapat diterima untuk penelitian konfirmatori dan nilai 0,6 - 0,7 masih dapat diterima penelitian eksplorasi. Composite Reliability lebih moderat dan akurat estimasi parameter, dengan mempertimbangkan perkiraan yang lebih dekat (Ghozali, 2018)

#### 3.6.2.2.4. Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan untuk menghubungkan variabel laten satu sama lain (Sarwono, 2012). Dalam penelitian ini ada beberapa tahapan dalam evaluasi model inner yaitu dengan menggunakan koefisien jalur (*Path Coefficient*), R-square ( $R^2$ ), collinearity statistics (VIF), dan T-statistics untuk setiap jalur untuk menguji signifikansi di antara konstruksi.

1) Koefisien Jalur, menunjukkan menjelaskan kekuatan hubungan antara variabel laten dalam evaluasi hubungan antar konstruksi, dimana nilai signifikan dari hubungan pada koefisien jalur diperoleh melalui proses bootstrap (metode resampling) dengan mengestimasi uji t (rasio kritis) (Sarwono J., 2018)

#### 2) Evaluasi *Goodnes of Fit*

*Goodnes of Fit* digunakan untuk menilai kelayakan suatu model dengan data, untuk menguji suatu model dapat diukur menggunakan nilai *Normed Fit Index* (NFI). Menurut Wijanto dan Heri (2015) nilai NFI mulai dari 0-1 diturunkan dari perbandingan antara model yang dihipotesiskan dengan suatu model independent tertentu, suatu model mempunyai kecocokan yang tinggi jika nilai mendekati 1.

### 3) R Square

R Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi adalah model untuk mengukur efek substantif dari variabel laten eksogen pada variabel laten endogen. Perubahan nilai ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa besarnya variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Nilai ( $R^2$ ) lebih besar dari 0,25 dikategorikan lemah, lebih besar dari 0,50 dikategorikan sebagai sedang, dan lebih dari 0,75 dikategorikan kuat (Sarwono J., 2018; Ghozali, 2018)

### 4) Uji *Effect Size*

Langkah selanjutnya adalah pengujian ukuran efek atau  $f^2$ . Pengujian ini digunakan untuk secara simultan melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali dan Latan (2015), nilai  $f^2$  kecil sebesar 0,02, sedang sebesar 0,15, dan besar sebesar 0,35. Nilai kurang dari 0,02 dapat diabaikan atau dianggap tidak efektif.

### 5) Uji $Q^2$

Setelah menguji  $R^2$  dan  $f^2$ , uji selanjutnya adalah uji  $Q^2$ .  $Q^2$  adalah salah satu metrik yang digunakan untuk menilai kualitas prediktif model. Pengujian ini menggunakan *blindfolding* pada PLS untuk pengolahannya. Tujuan menggunakan *blindfolding* pada pengujian ini adalah membuang satu poin pada data matriks dan menghubungkan poin yang dibuang dengan rata-rata dan estimasi parameter model (Sarstedt, Ringle, & Hair, 2017). Dengan begitu hasil yang didapatkan merupakan campuran dari prediksi diluar sampel dan sampel dalam *explanatory*. Menurut Ghozali dan Latan (2015) nilai  $Q^2$  harus lebih besar dari pada 0 dimana *rule of thumb* yang berlaku adalah 0, 0,25, dan 0,50. Angka tersebut diartikan sebagai relevansi prediktif kecil, moderat, dan besar.

### 6) T-statistics (significant partial)

Uji T-Statistics atau uji signifikansi individu adalah metode resampling melalui proses bootstrap. Tes ini menunjukkan sejauh mana kemandirian variabel secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan untuk memprediksi hubungan kausalitas. Nilai t di

jalur koefisien harus lebih dari nilai  $t_{Tabel}$  1,65 untuk hipotesis satu sisi dengan tingkat signifikansi 5% (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2014; Ghozali, 2018)

Setelah beberapa kali evaluasi model eksternal dan internal, langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis yang menjelaskan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan mendasarkan pada hasil-hasil terdahulu dan rasionalisasi dari hubungan antar variabel dalam penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian adalah sebagai berikut:

a) Pengaruh *Content Marketing* terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

$H_0: \beta_1 = 0$  Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Content Marketing* terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

$H_a: \beta_1 \neq 0$  Terdapat pengaruh yang signifikan *Content Marketing* terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

b) Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan .

$H_0: \beta_2 = 0$  Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Perceived Usefulness* terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

$H_a: \beta_2 \neq 0$  Terdapat pengaruh yang signifikan *Perceived Usefulness* terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

c) Pengaruh *Subjective Norm* terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan

$H_0: \beta_3 = 0$  Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan *Subjective Norm* terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

$H_a: \beta_3 \neq 0$  Terdapat pengaruh yang signifikan *Subjective Norm* terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

d) Pengaruh risiko terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan

$H_0: \beta_4 = 0$  Tidak terdapat pengaruh yang signifikan risiko terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

$H_a: \beta_4 \neq 0$  Terdapat pengaruh yang signifikan risiko terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan mempertimbangkan nilai probabilitas dan t-statistiknya. Untuk nilai probabilitas, p-value dengan alpha adalah 5% atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (Ghozali, 2016: 42). Hipotesis dapat diterima atau ditolak secara statistik, dan tingkat signifikansi dapat digunakan untuk perhitungan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Jika tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5%, maka signifikansi atau tingkat kepercayaannya adalah 0,05 untuk menolak hipotesis. Dalam penelitian ini, probabilitas membuat keputusan yang salah adalah n 5. Probabilitas membuat keputusan yang tepat adalah 95%.

#### 7) F-statistics (significant simultaneous)

Uji F statistik juga dikenal sebagai untuk kecocokan. Artinya, ini menunjukkan seberapa baik data sampel survei sejalan dengan model regresi yang diusulkan dalam survei. Untuk menguji keaslian Hipotesis 5 digunakan uji F pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Statistik uji yang digunakan dalam uji simultan adalah uji F dengan menggunakan persamaan berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{1 - R^2/(n - k - 1)}$$

Dimana :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

k = Banyaknya variabel independen

n = ukuran sampel

Untuk menentukan nilai kritis (FTabel) derajat kebebasan (df), tentukan pembilang (df1) k dan (df2) penyebut nk pada taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ). Dimana k adalah jumlah variabel bebas, n adalah jumlah sampel, dan hasil perhitungannya adalah:

1.  $H_0$  : ditolak jika  $Sig F_{hitung} < \alpha$  (tingkat signifikan yang digunakan)

$H_0: \beta_{1234} = 0$  Terdapat pengaruh yang signifikan *Content Marketing*, *Perceived Usefulness*, *Subjective Norm* dan risiko secara simultan terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan

2.  $H_0$  : diterima jika  $Sig$  Fhitung  $> \alpha$  (tingkat signifikan yang digunakan)

$H_a: \beta_{1234} \neq 0$  Terdapat pengaruh yang signifikan *Content Marketing*, *Perceived Usefulness*, *Subjective Norm* dan risiko secara simultan terhadap minat penggunaan Aplikasi Make Up Artist Mecapan.

Jika  $H_0$  ditolak, diasumsikan bahwa pengaruh variabel independen dapat diinterpretasikan secara simultan (simultan) terhadap variabel dependen. Namun, jika  $H_0$  diterima, berarti variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Dengan hipotesis pengaruh Simultan