

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas teknik untuk menguji dan mengukur hubungan antar variabel, serta cara mengumpulkan data dengan menggunakan metode kuantitatif. Nanti di bab ini, hasil tes pendahuluan akan dilampirkan.

#### **3.1. Paradigma Penelitian**

Dalam sebuah penelitian, paradigma adalah kumpulan asumsi, konsep, atau proposisi dengan hubungan logis yang mengarah pada cara berpikir yang berbeda (Mackenzie & Knipe, 2006). Paradigma penelitian menurut makna yang diberikan merupakan suatu struktur dalam melakukan penelitian yang meliputi prinsip, sikap, asumsi, nilai, proses, dan hukum. Strategi kuantitatif, kualitatif, dan gabungan adalah tiga teknik paradigma. Tiga elemen metodologi menunjukkan tiga pendekatan ini: teori psikologis tentang pembentukan pernyataan informasi, prosedur analisis umum (strategi inkuiri), dan prosedur untuk menyaring dan mengevaluasi laporan data (metode penelitian) (Emzir, 2008). Peneliti akan menggunakan metode penelitian kuantitatif berdasarkan metodologi tersebut. Tujuan dari analisis ini adalah menggunakan metode ini untuk mendapatkan data pasti dari perolehan data melalui perhitungan statistik. Metode kuantitatif merupakan

langkah awal dalam mengembangkan desain penelitian yang mempunyai aspek sistematis, mengikuti rencana, dan terstruktur dengan baik. Dengan analisis populasi atau survei, prosedur pengambilan sampel, dan alat penelitian, metode penelitian kuantitatif mengevaluasi data statistik deskriptif untuk menguji hipotesis berdasarkan teori positivis. Pendekatan kuantitatif didasarkan pada konsep positivis yang empiris, observable, obyektif, sistematis, dan logis. Akibatnya, analisis kuantitatif menggunakan populasi atau sampel acak untuk membentuk hipotesis, yang kemudian dievaluasi dengan menggunakan data yang diperoleh di lapangan. Data yang terkumpul akan dievaluasi secara kuantitatif dengan menggunakan metode statistik deskriptif (Sugiyono, 2015).

### **3.2. Pengertian Kuantitatif**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) metode diartikan sebagai “cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki; cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan”. Penelitian kuantitatif membutuhkan pemodelan statistik. Metode kuantitatif berkaitan dengan data yang bersifat numerik atau yang dapat diubah menjadi angka. Metode dasar yang digunakan untuk menyelidiki data numerik disebut 'statistik'. Teknik statistik

berkaitan dengan organisasi, analisis, interpretasi dan penyajian data numerik.

Metode kuantitatif menghadirkan sejumlah keuntungan, seperti:

1. akurasi, karena didasarkan pada data dan pengukuran yang andal,
2. rasionalitas dan akhirnya kausalitas, karena mereka mencoba menghubungkan secara rasional dan akhirnya efek kausal dari variabel independen terhadap variabel dependen
3. nilai numerik, karena didukung oleh teknik statistik dan perangkat lunak yang canggih,
4. kemampuan meramalkan, karena validitasnya dapat diperpanjang ke masa depan,
5. mengontrol validitas hubungan antara variabel dependen dan variabel independen setiap saat.

Adapun kelemahan dari metode kuantitatif adalah:

1. Kompleksitas perilaku manusia, sulit untuk memperhitungkan semua variabel masalah dan memberikan nilai yang benar dalam aplikasi numerik,
2. Tidak semua manusia melakukan tindakan dengan cara yang sama, seperti halnya materi lembam dalam ilmu fisika,
3. metode kuantitatif didasarkan pada asumsi bahwa fakta adalah benar dan sama untuk semua orang sepanjang waktu, sesuatu yang sama sekali tidak realistis,

4. metode kuantitatif mungkin mengecualikan derajat kebebasan dan pilihan pilihan,
5. Meskipun metode kuantitatif dianggap objektif, banyak faktor subjektivitas yang dapat mengganggu dan bergantung pada analisis, teknik interpretasi, dll.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian bertujuan untuk memperoleh ringkasan penelitian dengan mengolah data numerik secara tepat. Kuesioner yang didistribusikan melalui survei online digunakan untuk mengumpulkan data.

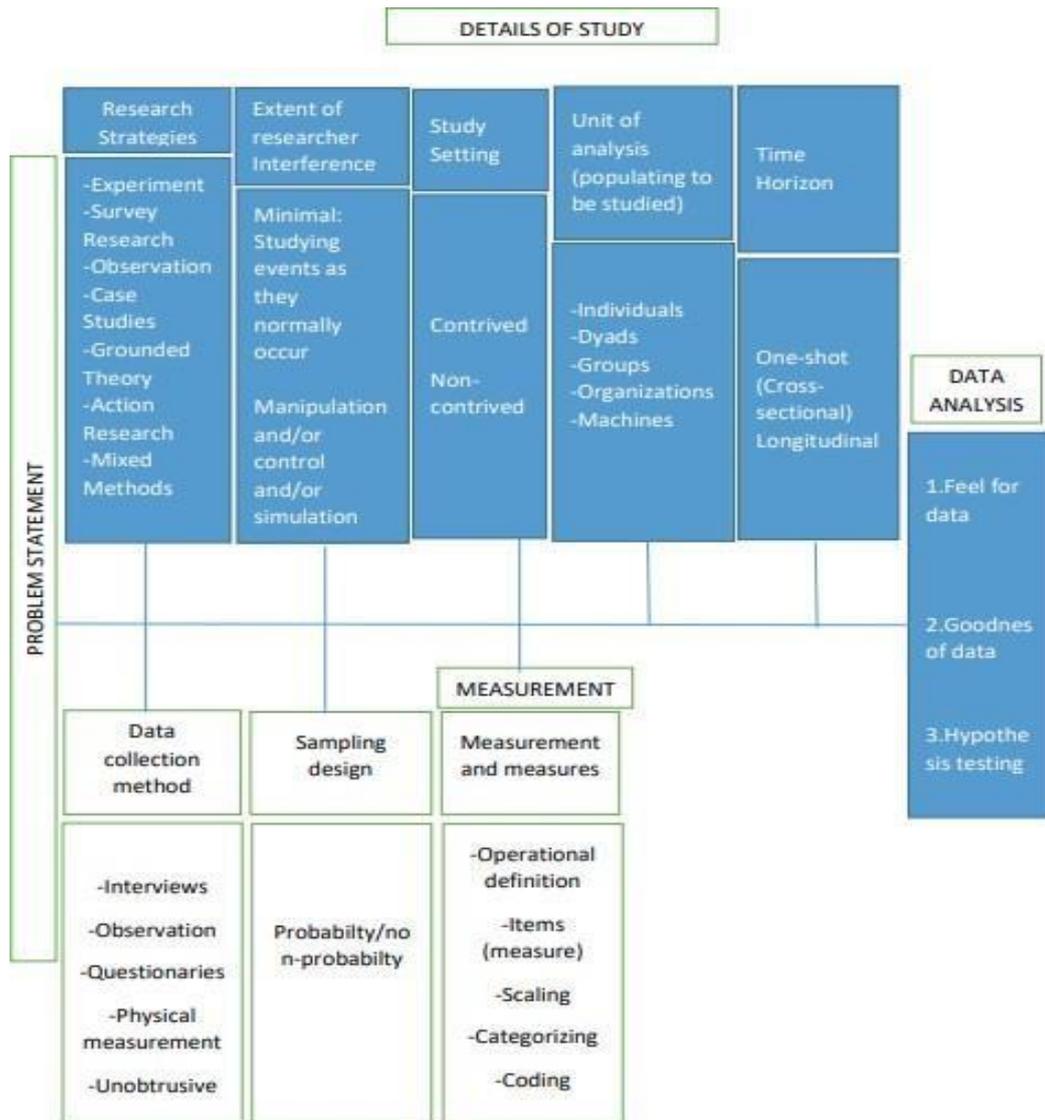
### **3.3. Desain Penelitian**

Paradigma penelitian dicirikan sebagai kumpulan asumsi, konsep, atau proposisi yang memiliki hubungan logis dan mengarah pada cara berpikir yang berbeda dalam suatu penelitian, menurut (Mackenzie & Knipe, 2006). Paradigma juga dapat digambarkan sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan penilaian tentang aktivitas tertentu. Menurut (Emzir, 2010), paradigma penelitian terdiri dari tiga pendekatan yaitu kuantitatif, kualitatif, dan metode campuran. Berbagai elemen sistem, seperti asumsi psikologis tentang perumusan pernyataan informasi, metode analisis umum, dan prosedur untuk menyaring dan mengevaluasi laporan data, mengungkapkan ketiga pendekatan ini.

Analisis metode kuantitatif akan digunakan dalam laporan ini karena merupakan model modifikasi yang didasarkan pada Dehghani et al. Studi 2016 sebelumnya.

Penelitian ini akan menggunakan survei berbasis skala likert untuk mengumpulkan data kuantitatif, yang kemudian akan dianalisis dan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.





**Gambar 3.1 Elemen Desain Penelitian (Sekaran Uma & Bougie Roger, 2020)**

Desain penelitian eksplorasi, deskriptif, dan kausal adalah tiga gaya yang paling umum. (Yusuf Arifin, 2017) menjelaskan penelitian eksplorasi sebagai kajian penguatan ide dalam desain penelitian yang lebih besar. Tujuan studi adalah untuk mengembangkan definisi yang matang. Biasanya, penelitian ini dilakukan untuk menyelidiki masalah yang sulit diidentifikasi dan menyelesaikannya dengan pemahaman masalah yang menyeluruh. Analisis deskriptif, menurut (Cooper & Schindler, 2014), merupakan perumusan klaim yang sistematis dengan hipotesis sederhana. Dengan harapan untuk menjelaskan fenomena dalam populasi subjek, memperkirakan karakteristik proporsional populasi, dan menemukan hubungan antar variabel yang berbeda. Analisis kausal adalah metode untuk menentukan sebab dan akibat suatu hubungan antara dua variabel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel, serta untuk menemukan jawaban atas hipotesis dan pertanyaan penelitian (Cooper & Schindler, 2014).

#### **3.4. Objek dan Subjek Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti membahas pengaruh *Marketing Mix* terhadap *Private Label Brand equity Indomaret* di Jabodetabek. Objek penelitian yang dipilih adalah *private label* Indomaret. Alasan peneliti memilih Indomaret adalah peneliti ingin mengamati pengaruh diantara setiap variabel dengan objek yang

dipilih pada kebutuhan masyarakat Jabodetabek yang menjadi fokus utama sampel penelitian. Subjek penelitian yang dipilih adalah tisu dengan merek Indomaret

### 3.5. Unit Analisis

Unit penelitian merupakan susunan agregasi data yang dikumpulkan selama tahap analisis data. Karena ukuran sampel dan variabel termasuk dalam sistem dan harus dihitung dengan pengaturan data yang diperoleh untuk studi, maka unit analisis sangat penting untuk diputuskan ketika merumuskan pertanyaan penelitian. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), ada lima tipe unit penelitian yang berbeda:

1. *Individual*: Sebagai sumber data penelitian, peneliti mengumpulkan data atau tanggapan dari setiap orang. Temuan penelitian disajikan dalam konteks individu.
2. *Dyads*: Data dikumpulkan melalui interaksi dua orang yang terkait dalam beberapa cara.
3. *Groups*: Peneliti akan mengumpulkan data pada tahap efektivitas komunitas, dimana setiap anggota akan dikelompokkan berdasarkan kesamaan karakteristik. Peneliti mengumpulkan informasi tentang berbagai kelompok dan mengidentifikasi perbedaan.

4. *Divisions*: Peneliti mengumpulkan dan menafsirkan informasi tentang departemen tertentu dan orang-orang yang bekerja di sana.
5. *Industry*: Untuk setiap orang, peneliti mengumpulkan data pada setiap sub-unit yang berbeda di industri.
6. *Countries*: mengumpulkan data penelitian di Cangkupan, negara dengan berbagai jenis organisasi.

Pengumpulan dan pengambilan sampel data di seluruh industri dan negara lebih rumit berdasarkan jenis unit pengujian yang tercantum di atas karena memerlukan biaya dan waktu yang lama karena variabel pengambilan sampel tersebar di berbagai negara. Dibandingkan dengan orang-orang dari kelas sosial ekonomi yang lebih rendah dan seterusnya. Peneliti menggunakan unit studi individu sebagai dasar pemikiran untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap ekuitas merek *private label* Indomaret di Jabodetabek. Akibat dan jawaban individu terhadap *private label* INDOMARET, maka data yang diperoleh bersifat unik.

### **3.6. Pengukuran Variabel**

Variabel menurut (Sekaran & Bougie, 2016) adalah segala sesuatu yang memiliki beberapa nilai. Objek yang berbeda mungkin memiliki nilai yang berbeda pada objek, orang, dan waktu yang sama. Terkait, otonom, moderasi, dan mediasi adalah empat jenis variabel. Jenis variabel dijelaskan di bagian berikut.

Peneliti tertarik dengan variabel kontinu, yang juga bisa disebut sebagai variabel dependen. Tujuan peneliti adalah untuk menjelaskan ketidakpastian atau perkiraan, serta memahami dan mendeskripsikan variabel dependen. Dengan penyesuaian variabel kunci, variabel dependen dapat dianggap sebagai faktor yang layak. Menemukan variabel yang mempengaruhinya sebagai respon atau solusi dari suatu masalah disebut analisis variabel. Variabel terikat akan diukur bersama dengan variabel lain yang dapat dipengaruhi oleh peneliti. Selanjutnya, sebuah penelitian mungkin memiliki beberapa variabel dependen (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel independen atau dikenal juga dengan variabel independen (Sugiyono, 2013) merupakan sesuatu yang memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen memiliki hubungan. Jika variabel dependen meningkat atau menurun, maka akan memiliki pengaruh yang sama seperti jika variabel independen meningkat. Dengan kata lain, variabel dependen menyumbang perbedaan dalam variabel dependen. Ada empat kondisi untuk melihat bagaimana perubahan variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Untuk memulai, variabel independen dan dependen harus dihubungkan. Kedua, harus ada deret waktu antara variabel bebas (faktor penyebab) dan variabel terikat (sebab dan akibat). Ketiga, karena tidak ada pengaruh lain yang dapat menyebabkan perubahan variabel terikat, maka peneliti harus memperhitungkan pengaruh variabel lain. Keempat, interpretasi logis variabel independen dan pengaruhnya terhadap dependen harus dijelaskan secara logis (Sekaran & Bougie, 2016).

Variabel moderasi adalah hubungan independen efek kesatuan yang kuat dengan dependen. Artinya penambahan variabel ketiga (moderasi) akan mengubah hubungan antara variabel independen dan dependen (Sekaran & Bougie, 2016). Dengan kata lain, variabel moderasi juga dapat disebut sebagai variabel independen kedua (Sugiyono, 2013).

### **3.7. Populasi dan Sampel**

Populasi sampel dalam hal ini berlaku untuk seluruh pelanggan Indomaret Jabodetabek. Karena partisipan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Indomaret Jabodetabek maka besar sampelnya sangat tinggi (tersebar dan sulit diketahui secara pasti). Hasilnya, pengambilan sampel dilakukan untuk analisis ini. Sampel dengan metode convenience sampling yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan faktor-faktor tertentu (Sugiyono, 2015: 90). Pelanggan yang telah membeli dan menggunakan produk tisu Indomaret menjadi sampel penelitian. Besar sampel penelitian ini adalah 230 responden, berdasarkan pedoman Roscoe (1975) yang menyatakan bahwa sebagian besar penelitian menggunakan 30 sampai 500 responden. Banyaknya variabel yang tersedia juga mempengaruhi jumlah responden.

### **3.8. Teknik Pembuatan Kuesioner**

Peneliti mengklarifikasi konsep konseptual dan organisasi penelitian sebelum memberikan kuesioner. Istilah abstrak yang membantu pembentukan interpretasi berdasarkan sumber atau sarjana disebut sebagai konsep konseptual. Makna operasional adalah transformasi ide-ide abstrak menjadi unit pengukuran yang nyata. Ini dilakukan dengan memeriksa dimensi tindakan, aspek, dan properti yang mewakili definisi tertentu. Perkembangan indeks konsep pengukuran mengikuti penjabaran konsep menjadi elemen-elemen yang dapat diamati dan dihitung (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini terdapat 6 indikator untuk mengukur *Brand Equity*, 1 indikator untuk mengukur *private label*.

### **3.9. Skala Pengukuran**

Pengukuran adalah proses pengumpulan data dalam bentuk angka untuk memberikan skala pada suatu barang. Dalam sampel, skala merupakan metode untuk memisahkan variabel yang menarik satu sama lain (Sekaran & Bougie, 2016). Ada empat jenis skala pengukuran:

- a. Skala Nominal: Seorang peneliti mengkategorikan subjek atau objek ke dalam salah satu dari banyak kategori yang berbeda dan terperinci. Data yang dihasilkan dinyatakan sebagai persentase atau frekuensi.

b. Skala Ordinal: Urutkan variabel ke dalam berbagai kelompok peringkat dengan mengkategorikan, membedakan, dan menyortirnya. Variabel dapat diurutkan dan diberi nomor sesuai dengan pilihannya (terbaik hingga terburuk dan pertama hingga terakhir).

c. Skala Interval: Menempatkan nilai moneter pada perbedaan antara karakteristik yang diukur dan tidak terukur. Skala interval memudahkan untuk melihat seberapa jauh jarak sesuai dengan nilai variabel yang diukur. Rentang, deviasi standar, dan varians adalah metrik yang digunakan.

d. Skala Rasio: Dimulai dari nol mutlak, yang mengukur jarak antara nilai variabel dan selisih proporsional dalam sampel.

Skala interval berupa skala likert 1-5 poin digunakan dalam analisis ini. Skala likert digunakan peneliti untuk mengukur kekuatan subjek yang sangat tidak setuju, sangat mendukung, dan setuju, serta untuk membuat survei mudah dipahami dan diisi melalui internet (Sekaran & Bougie, 2016)

Skala likert adalah sebagai mengikuti pada skala 5 poin:

**Table 3.1 Skala Likert 5 Poin**

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Sumber: (Sekaran & Bougie, 2016)

### **3.10. Metode Pengumpulan Data**

Sistem pengumpulan data yang baik dan andal diperlukan untuk meningkatkan hasil dan minat penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Wawancara observasi, kuesioner, dan kelompok fokus adalah tiga bentuk metode pengumpulan data. Untuk mengumpulkan data untuk laporan ini, peneliti menggunakan pendekatan kuesioner. Kuesioner terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang mungkin direspon oleh responden (Sekaran & Bougie, 2016). Data kuesioner dikumpulkan dengan mengumpulkan data kuantitatif dalam jumlah besar secara langsung dan kemudian mengirimkannya melalui email. Ada tiga cara umum untuk menyebarkan kuesioner, menurut Sekaran dan Bougie (2016):

1. **Personally Administered (diberikan secara pribadi)**

Responden mengirimkan kuesioner langsung dari peneliti. Jika survei dibatasi pada area geografis kecil, lebih aman untuk mendistribusikannya secara pribadi. Peneliti akan dengan mudah mengumpulkan jawaban lengkap, mengatasi ketidakpastian responden tentang klaim atau pertanyaan yang bisa langsung dijawab. Selanjutnya, peneliti harus

mengklarifikasi topik penelitian dan memungkinkan responden memberikan tanggapan yang benar.

## 2. Mail (Surat)

Kuesioner ini ditulis tangan dan dikirim melalui pos. Pendekatan ini tidak lagi digunakan karena kemajuan internet, telepon seluler, dan media sosial.

## 3. Electronic and Online (Elektronik dan Online)

Peneliti mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pemikiran, pandangan, dan keinginan responden. Selanjutnya, peneliti akan bertemu banyak orang. Dengan mengirimkan email undangan, link, dan media sosial untuk mengisi survei, penyebaran kuesioner menjadi sederhana dan cepat. Peneliti dapat menyimpan, mengolah, dan mengumpulkan data dalam bentuk analisis statistik dengan menggunakan kuesioner online sehingga pengolahan data menjadi lebih sederhana.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa angket. Kuesioner untuk responden berupa kuesioner online, dengan batas waktu pengumpulan tanggapan dari responden selama satu minggu. Porsi studi ini juga dinilai menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner online yang dibuat dengan menggunakan Google Formulir. Para peneliti memilih pendekatan ini karena menghemat waktu, sumber daya, dan energi sambil tetap menjangkau lebih banyak orang.

### **3.11. Etika Dalam Pengumpulan Data**

Saat mengumpulkan data, baik peneliti maupun responden harus bertindak etis. Peneliti harus menjaga kerahasiaan data yang mereka kumpulkan dan harus dapat memperoleh kesimpulan dan review dalam bentuk laporan. Peneliti harus menerima pertimbangan etis berikut, menurut (Sekaran & Bougie, 2016):

1. Peneliti bertugas melacak informasi yang dikumpulkan dari responden.
2. Peneliti tidak boleh menyertakan informasi pengenalan pribadi yang tampak invasif atau tidak boleh diminta. Ini harus ditindaklanjuti dengan tujuan yang jelas sesuai kebutuhan.
3. Peneliti tidak boleh mengeksploitasi harga diri subjek.
4. Peneliti tidak meminta partisipan untuk mengisi kuesioner.
5. Pengumpulan data tidak terhambat oleh pengamat non-partisipan.
6. Peneliti harus menghindari spamming media sosial saat menyebarkan kuesioner.
7. Peneliti tidak melakukan kesalahan dalam mengungkapkan informasi yang mereka kumpulkan.

Untuk dapat menggunakan hak pilihnya dan mengisi kuesioner dengan benar, responden harus memperhatikan etika dan etika penelitian dalam menanggapi survei penelitian. Subjek yang dipilih untuk dimasukkan harus mampu mengisi kuesioner dengan lengkap dan

menjawab dengan jujur. Peneliti harus menghindari responden yang memberikan informasi yang salah atau menyesatkan.

### **3.12. Metode Analisis Data**

Analisis data diperlukan untuk penelitian kuantitatif. Peneliti menganalisis data dengan mengumpulkan informasi dari responden, mengintegrasikannya ke dalam satu kesatuan, dan mengelompokkannya menurut variabel, kategori responden, perhitungan, dan pengujian hipotesis (Sugiyono, 2013). Ada dua jenis metode pengolahan data: statistik deskriptif dan inferensial.

#### **3.12.1. Statistik deskriptif**

Statistik deskriptif seperti yang dijelaskan oleh peneliti (Bougie & Sekaran, 2016) menarik kesimpulan dengan menganalisis data dan memberikan penjelasan menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif memiliki tiga ukuran yaitu: mean, median, dan tendensi sentral. Mean adalah ukuran rata-rata, median adalah nilai tengah dari data dan mode adalah nilai yang sering terjadi pada data. Pengukuran rentang, varians, dan deviasi standar dianggap sebagai faktor dispersi. Rentang adalah nilai rentang dalam suatu data, varians adalah distribusi rata-rata data, dan deviasi standar adalah data interval dan skala rasio yang diukur dan diberi distribusi variabel data.

Studi penelitian ini akan menggunakan pengukuran tendensi sentral yang artinya akan mengukur data dalam bentuk mean dari setiap indikator variabel. Berdasarkan (Dijkstra & Henseler, 2015) Dengan menggunakan skala Likert 5

poin, rentang dihitung dengan (5 - 1) untuk mengidentifikasi rentang skala. Rata-rata kisaran skor akan ditampilkan di bawah ini:

**Table 3.2** *Likert Scale Score Range*

<i>Item Description</i>	<i>Score Range</i>
Sangat Setuju	4,21 – 5,00
Setuju	3,41 – 4,20
Netral	2,61 – 3,40
Tidak Setuju	1,81 – 2,60
Sangat Tidak Setuju	1,00 – 1,80

Sumber (Dijkstra & Henseler, 2015)

### **3.12.2. Statistik Inferensial**

Statistik inferensial digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel dan menarik kesimpulan (Sekaran & Bougie, 2016). Statistik inferensial adalah teknik untuk menghasilkan data yang mencerminkan populasi dari kumpulan data. Karena ini melibatkan kesimpulan sampel yang mencerminkan populasi dengan peluang, strategi ini disebut kemungkinan. Kesimpulan ini memiliki persentase kemungkinan benar atau salah. Tingkat kepercayaan 95 persen jika kemungkinan kesalahan 5%. Ini disebut sebagai data penting, yang dapat digunakan untuk menggeneralisasi dua hubungan (Sugiyono, 2013). Statistik non parametrik digunakan untuk menganalisis data nominal dan ordinal dengan jumlah sampel

yang terbatas dan tanpa perlu adanya distribusi normal (Sugiyono, 2013). Uji t digunakan dalam pengujian parametrik untuk menguji hipotesis menggunakan mean populasi sampel dan kriteria komparatif (Sekaran & Bougie, 2016). Uji chi-square ( $\chi^2$ ) digunakan dalam penelitian non parametrik untuk menilai derajat signifikansi antara sebaran data dengan hipotesis alternatif yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel, dimana hipotesis nol tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel (Sekaran & Bougie, 2016).

### **3.13. *Goodness of the Data***

Peneliti telah mendeskripsikan variabel operasional dan menggunakan teknik skala dalam penelitian untuk mempraktikkannya. Peneliti harus memastikan bahwa instrumen yang dikembangkan menghitung definisi variabel secara akurat dan benar sehingga dapat dihitung pada bab berikutnya. Seringkali, skala yang digunakan tidak akurat, dan terjadi kesalahan dalam menghitung variabel. Hasilnya, agar dapat menyajikan dengan baik dan akurat instrumen yang digunakan dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2016).

#### **3.13.1. Reliabilitas**

Batasan merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui keakuratan suatu alat ukur dengan bertindak sebagai indikator kestabilan dan ketepatan suatu alat yang digunakan untuk menguji konsep (Sekaran &

Bougie, 2016). Jika terdapat kesamaan data pada periode yang berbeda, suatu penelitian dapat dikatakan akurat (Sugiyono, 2015). Temuan penelitian difokuskan pada kesediaan responden untuk mempercayai kuesioner peneliti. Peneliti menggunakan metrik yang disebut keandalan, yang berkisar dari 0 hingga 1, dengan 1 mencerminkan keandalan yang sempurna. Berikut penjelasan pengambilan keputusan (Garson, 2016):

- a. Jika nilainya sama dengan atau lebih besar dari 0,80 maka reliabilitas dianggap baik.
- b. Jika nilainya sama dengan atau lebih besar dari 0,70, reliabilitas masih layak.
- c. Nilai 0,60 berarti reliabilitas tidak dapat dipercaya dan hanya dapat digunakan sebagai pedoman.

### **3.13.2. Validitas**

Validitas adalah metode untuk menentukan seberapa baik kinerja suatu instrumen dalam mengukur prinsip-prinsip tertentu. Validitas digunakan oleh peneliti untuk memastikan bahwa definisi yang tepat diukur, serta akurasi dan metrik (Sekaran & Bougie, 2016). Analisis dikatakan akurat jika temuan memiliki kesamaan dalam data yang diperoleh dengan item yang ditinjau. (2015, Sugiyono) Tes validity dibagi menjadi tiga bagian, menurut (Sekaran & Bougie, 2016):

- a. Pengukuran membutuhkan kumpulan detail yang cukup dan representatif dalam sebuah definisi, yang dikenal sebagai validitas

konten. Uji validitas materi digunakan untuk menilai seberapa baik dimensi dan elemen teori direpresentasikan.

- b. Dengan menilai validitas konkuren dan prediksi, validitas kriteria adalah prediksi pada tes yang membedakan responden pada kriteria yang dimaksudkan. Ini dicapai dengan pembentukan validitas konkuren dan prediktif. Ketika skala diskriminan responden bervariasi, skor mereka pada instrumen harus berbeda, validitas konkuren ditentukan. Kemampuan untuk mengukur perbedaan antara responden berdasarkan parameter masa depan dikenal sebagai validitas prediktif.
- c. Validitas konstruk adalah bukti bahwa temuan yang diperoleh dengan menggunakan tes yang konsisten dengan hipotesis saat ini akurat.
- d. Validitas konvergen dan diskriminan digunakan dalam evaluasi. Ketika skor dan dua instrumen pengukuran memiliki nilai yang berbeda untuk definisi yang sama dan berkorelasi, validitas konvergen dibuat. Jika kedua variabel berdasarkan teori diharapkan dan tidak berkorelasi, dan skor yang diperoleh ditemukan secara empiris, validitas diskriminan dilakukan. Validitas konvergen digunakan peneliti karena merepresentasikan nilai sebenarnya dari suatu populasi berdasarkan pengukuran indikator. Validitas konvergen dapat dinilai dengan menggunakan variabel loading, sedangkan validitas diskriminan dapat diperiksa menggunakan

heterotrait-monotrait multitrait-multimethod (Ghozali & Latan, 2015).

### **3.14. Structural Equation Modeling (SEM)**

SEM merupakan salah satu aspek dari model statistik terpadu yang menggambarkan hubungan antar variabel, menurut (Bag, 2015). SEM adalah metode untuk membangun atau menguji teori dalam penelitian dengan menentukan, memperkirakan, dan mengevaluasi model linier di antara sekumpulan variabel. Struktur kovarian, analisis variabel laten, dan pemodelan jalur adalah semua istilah yang digunakan untuk menggambarkan SEM. Pembuatan spesifikasi dan model identifikasi, penyusunan dan pemfilteran data, estimasi, dan pendefinisian model merupakan langkah-langkah dasar dalam SEM (Kline, 2005).

Model SEM memiliki tiga karakteristik berbeda:

1. Hubungan ketergantungan ganda dan terkait diperkirakan.
2. Mewakili dan menyediakan metrik untuk prinsip-prinsip yang dapat diamati dalam suatu hubungan.
3. Sebuah model untuk mendeskripsikan satu set hubungan dijelaskan.
4. Tahapan penggunaan Structural Equation Modeling (SEM) adalah sebagai berikut:
5. Definisi konstruk orang: Temuan SEM berguna jika teori pengukuran yang baik diperoleh. Sebagai tujuan studi, peneliti harus berkonsentrasi pada

identifikasi struktur teoritis, melakukan pretest untuk menilai indikator, dan mengevaluasi analisis faktor eksplorasi.

6. Kembangkan model pengukuran yang kuat: gunakan analisis jalur untuk memperjelas hubungan antara variabel eksogen dan endogen, lalu gunakan panah untuk mendeskripsikan model. Variabel terukur yang tidak berhubungan dengan istilah error dan konstruk laten menyebabkan variabel terukur merupakan teori pengukuran yang harus diperhatikan. Selain itu, panah variabel terukur dalam model pengukuran akan mengarah ke build.
7. Membuat studi untuk menghasilkan hasil empiris: Setelah mengevaluasi model dasar dalam konstruk dan variabel, peneliti harus fokus pada masalah desain dan estimasi studi. Peneliti dapat menggunakan kondisi keteraturan dan peringkat untuk membantu pengenalan penelitian.
8. CFA digunakan untuk membandingkan pengukuran teoritis dengan model realitas untuk menilai validitas model pengukuran. Temuan ini banyak berkaitan dengan validitas konstruk. Validitas EFA dievaluasi menggunakan analisis faktor eksplorasi.
9. Menentukan model struktural: Menentukan model struktural sangat penting karena membantu peneliti untuk menentukan hubungan antara satu konstruk dan lainnya berdasarkan model teoritis. Penambahan panah arah satu arah untuk mencerminkan hipotesis struktural dalam model penelitian adalah subjek spesifikasi model struktural. Konstruksi eksogen tidak dapat mentolerir satu panah. Panah tunggal menggambarkan hubungan struktural yang berubah menjadi hipotesis antara konstruksi, yang menunjukkan

hubungan sebab akibat. Modelnya mungkin rekursif atau non-rekursif, dan setiap hubungan yang dihipotesiskan harus menggunakan 1 derajat kebebasan.

10. Memeriksa validitas model struktural dan hubungan teoritis konseptual adalah bagian dari menilai model validitas struktural. Jika hasil uji chi-square tidak penting dan terdapat incremental fit index (CFI, GFI, RMSEA, SRMR)

### **3.15. *Partial Least Square (PLS)***

Pemodelan persamaan struktur (SEM) adalah metode penghitungan, estimasi, dan evaluasi model linier di antara sekelompok variabel yang diamati dalam membangun atau menguji teori dalam sains, menurut (Hair et al., 2017). Struktur kovarian, analisis variabel laten, dan pemodelan jalur adalah semua istilah yang digunakan untuk menggambarkan pemodelan persamaan struktur. Pembuatan persyaratan dan model identifikasi, penyusunan dan pemfilteran data, pendugaan data, dan pendefinisian model dalam penelitian merupakan tahapan dasar dari pemodelan persamaan struktural.

Aalat ukur yang digunakan dalam analisis partial least square (PLS) adalah statistik multivariate (Hair et al., 2017) PLS memungkinkan Anda untuk membandingkan variabel respon dan penjelas. PLS juga dikenal sebagai alat

statistik berbasis kovarian, dan digunakan untuk menyelesaikan beberapa metode regresi ketika kumpulan data memiliki ukuran sampel yang terbatas, nilai yang hilang, atau multikolinearitas. Karena multikolinieritasnya yang tinggi, indikator prediktor yang berpotensi kuat lebih cenderung ditolak dari model regresi dan diberi label sebagai variabel yang tidak relevan. Akibatnya, tujuan analisis PLS adalah untuk memprediksi dan memahami dua variabel atau lebih, serta menjelaskan struktur umum variabel. Dalam SEM-PLS dan PLS, pendekatan bootstrap digunakan untuk mencapai distribusi statistik ini.

Penggunaan SmartPLS dalam penelitian SEM-PLS adalah untuk membantu peneliti dalam mengidentifikasi indikator yang benar dan tidak valid serta menilai pengukuran model melalui analisis faktor eksplorasi (EFA). SmartPLS juga digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas indikator dan konstruk laten. Peneliti kemudian akan menganalisis model struktural dan menilai pentingnya untuk melihat bagaimana variabel dan konstruk mempengaruhi satu sama lain. Berikut penjelasan rule of thumb evaluasi penilaian model outer model dan inner model, serta validitas dan reliabilitasnya menurut (Dijkstra & Henseler, 2015).

Salah satu kriteria untuk mengevaluasi hubungan antar variabel laten adalah evaluasi validitas diskriminan. Partial Least Squares (PLS), standar Larcker Fornel, dan beban silang digunakan. Menurut (Henseler et al., 2014), metode tersebut tidak dapat diandalkan untuk mendeteksi kurangnya validitas diskriminan

dalam analisis. Akan tetapi, mereka mengusulkan alternatif berdasarkan model multitrait-multimethod untuk mengevaluasi validitas diskriminan menggunakan rasio korelasi heterotrait-monotrait. Dalam analisis simulasi Monte Carlo, (Henseler et al., 2014) membandingkan pendekatan terbaru untuk parameter Fornell-Larcker, menilai beban silang parsial, dan menawarkan panduan untuk menangani masalah validitas diskriminan dalam pemodelan persamaan struktural berbasis varian. Parameter Fornell-Larcker pertama kali ditemukan memiliki kekurangan oleh peneliti Rönkkö dan Evermann (2013). Analisis mereka, bagaimanapun, tidak dapat diselesaikan karena perkiraan AVE tidak benar dan tidak memperhitungkan beban silang. (Henseler et al., 2016) menemukan bahwa kebanyakan orang tidak dapat mendeteksi kurangnya diskriminan keabsahan. Dalam lingkungan studi empiris, evaluasi parsial pembebanan silang terbukti tidak efektif karena parameter hanya bekerja dengan baik dalam situasi pembebanan yang heterogen dengan ukuran sampel yang besar. (Henseler et al., 2016) mengusulkan kerangka kerja untuk menilai validitas diskriminan dalam SEM yang bergantung pada varian menggunakan kriteria HTMT, yang didasarkan pada perbandingan korelasi heterotrait-heteromethod dan korelasi monotrait-heteromethod, untuk secara efektif mengklasifikasikan kurangnya validitas diskriminan, seperti yang diilustrasikan oleh tingkat sensitivitas tinggi. Menurut konsep HTMT, rata-rata korelasi prediktor dengan perhitungan konstruk yang sama dan korelasi silang konstruk mengukur konstruk yang berbeda dan relatif terhadap mean (geometris) (Henseler et al., 2016). Korelasi sebenarnya antara dua konstruksi yang dihitung dengan sempurna diperkirakan menggunakan metode

HTMT. Arti yang lebih besar dari 0,90 menurut (Henseler et al., 2016) berarti validitas diskriminan diragukan. HTMT, di sisi lain, mengambil sikap yang lebih liberal daripada dua metode lainnya (HTMT. 85 dan .90). Kriteria tidak menyiratkan kurangnya validitas diskriminan jika kedua konstruk berkorelasi kuat tetapi tidak sepenuhnya berkorelasi dan mirip dengan 1.0. Apalagi saat pembebanannya homogen dan tinggi, serta ukuran sampelnya besar. Ini karena HTMT.90 memiliki level spesifik yang lebih tinggi daripada HTMT.85, dan HTMT inferensi untuk HTMT.90 dapat menghasilkan level spesifik yang lebih rendah dalam beberapa situasi. Bootstrap adalah metode untuk mendapatkan distribusi statistik HTMT. Dalam mengidentifikasi ukuran yang benar dan tidak valid, menilai pengukuran model menggunakan Exploratory Factor Analysis (EFA), dan menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten. Kemudian akan menganalisis model struktural dan menguji relevansinya untuk melihat apakah konstruk atau variabel mempengaruhi hasil.

Menurut (Ghozali & Latan, 2015), berikut adalah rule of thumb evaluasi evaluasi model dari luar dan dalam:

- a) Faktor Pemuatan: Jika nilainya  $>0,6$ , itu dianggap benar dan memenuhi kriteria validitas konvergen.
- b) Jika nilai Average Variance Extracted (AVE)  $>0,5$ , dinyatakan benar dan memenuhi validitas konvergen.
- c) Cross Loading: Jika nilainya  $>0,7$ , maka dinyatakan benar dan memenuhi persyaratan validitas konvergen.

- d) Cronbach's Alpha dinyatakan benar dan mencapai pengukuran reliabilitas jika nilainya lebih besar dari 0,7.
- e) Reliabilitas Komposit dinyatakan benar dan memenuhi ukuran reliabilitas jika nilainya  $>0,6$ .
- f) R-square: Jika nilainya 0,75, 0,50, atau 0,25, modelnya masing-masing tinggi, sedang, atau lemah.
- g) Signifikansi: Jika t-value 1,65 (level signifikan = 10%), 1,96 (level signifikan = 5%), atau 2,58 (level signifikan = 1%), maka nilai T-statistik  $>$  nilai t memenuhi kriteria untuk kalkulasi signifikansi.
- h) Nilai-P; nilai 0,05 menunjukkan signifikansi statistik.

### **3.16. Goodness of Fit**

Analisis goodness of fit harus dilakukan, dengan tujuan menghitung input pengamatan agar sesuai dengan model yang diusulkan. Goodness of fit dapat diukur dengan tiga cara (Ghozali & Latan, 2015):

1. Absolute fit measure untuk mengukur sebuah model.
  - a. Chi-square ratio

Indikator paling dasar dari overall fit adalah skor 2. Pengamatan matriks kovarians akan berbeda jika nilai chi-square kuat. Oleh karena itu, kemungkinan (p) lebih kecil dari jumlah signifikansi ( $\alpha$ ), dan

sebaliknya. Peneliti harus mencari nilai  $X^2$  yang dapat diabaikan untuk menemukan model yang sesuai dengan hasil observasi.

b. CMIN

S (matriks kovarians tidak terbatas) vs. S (matriks kovarians terbatas) Nilai statistiknya adalah  $(N-1) F_{min}$ , yang berarti bahwa ukuran sampel akan dikurangi satu dan dikalikan dengan fungsi kesesuaian minimum.

c. CMIN/DF

Derajat kebebasan dipisahkan oleh Chi-square. Ini masih merupakan perhitungan yang tepat jika nilai rasionya 5 atau kurang dari 5.

d. *Goodness of fit index (GFI)*

GFI adalah ukuran non-statistik dengan skala 0 sampai 1 dan nilai kesesuaian yang wajar sebesar 90%.

e. *Root mean square error of approximation (RMSEA)*

Statistik chi-square yang menolak model sampel besar telah ditingkatkan. Nilai 0,05-0,08 dianggap sesuai.

2. Ukuran kecocokan inkremental membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar, yang juga dikenal sebagai model nol.

a. *Adjusted Goodness of fit (AGFI)*

Derajat rasio kebebasan untuk model yang diusulkan dan model nol kemudian dimodifikasi selama pengembangan GFI. Dianggap bagus jika nilainya 0,90 atau lebih tinggi dari nilai nominal.

*b. Tucker-Lewis Index (TLI)*

Pengukuran kesederhanaan diintegrasikan ke dalam indeks kontras antara model yang diusulkan dan model nol. Dianggap bagus jika nilainya 0,90 atau lebih tinggi dari nilai nominal.

*c. Normed fit index (NFI)*

Model pengukuran dan model nol dibandingkan. Nilai fundamental nominal ini harus 0,90 atau lebih tinggi.

*d. Parsimonious fit*

Untuk mencapai fit, hubungkan model goodness of fit dengan koefisien yang diestimasi. Dengan overfitting data dengan sejumlah besar koefisien, diagnosis model fit tercapai.

*e. Parsimonious normal fit index (PNFI)*

Model dengan derajat kebebasan yang berbeda dibandingkan. Dikatakan bagus jika ukuran PNFI besar.

*f. Parsimonious goodness of fit index (PGFI)*

Efek perubahan GFI berdasarkan kesederhanaan model yang diharapkan. Model lebih simpel jika nilainya 0-1 atau lebih tinggi.

### **3.17. Pengujian Awal**

Sebelum memberikan kuesioner akhir (aktual) ke sampel yang telah ditentukan sebelumnya, penelitian pendahuluan harus diselesaikan. Tes ini digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas suatu variabel penelitian. Uji validitas dan reliabilitas dari tes pendahuluan dibagi ke dalam penelitian ini. Tes pendahuluan dilakukan dengan mengirimkan kuesioner kepada 135 orang yang menghasilkan temuan sebagai berikut.

#### **3.17.1. Reliability Pre-Test Result**

Dalam penelitian ini, dan Composite Reliability digunakan untuk mengetahui tingkat konsisten pada setiap instrumen dalam mengukur suatu konsep, serta sebagai standar hasil reliabilitas. Setelah dilakukan Pre-Test dengan menyebarkan kuesioner kepada 135 responden, peneliti dapat mengetahui prediksi hasil data yang sebenarnya. Tabel 3.2 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai  $>0.70$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

**Table 3.3 Hasil Pre-Test Composite Reliability**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Advertising Activity</i>	0.757	0.768	0.860
<i>Corporate Brand Image</i>	0.580	0.581	0.780
<i>Distribution Intensity_</i>	0.668	0.677	0.819
<i>In-Store Communication</i>	0.853	0.868	0.900
<i>In-store Promotion_</i>	0.744	0.753	0.855
<i>Monetary Promotion_</i>	0.694	0.694	0.831
<i>Price_</i>	0.929	0.937	0.966
<i>Private label brand equity</i>	0.837	0.845	0.891

Sumber: Data Olahan 135 responden untuk Analisis Data *Pre-Test* (2021)

### **3.17.2. Validity Pre-Test Result**

Peneliti menyebarkan kuesioner *preliminary test* kepada 135 responden untuk menguji validitas konvergen dan diskriminan, sebelum mendistribusikan kepada ukuran responden yang sebenarnya yaitu 270 responden. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari *preliminary test*.

### 3.17.3. *Convergent Validity Pre-Test*

Validitas konvergen dapat dibentuk ketika derajat hubungan antara dua sumber yang berbeda tinggi dalam merespon ukuran yang sama, menurut (Sekaran & Bougie, 2016). Peneliti membagi uji validitas konvergen menjadi dua bagian yaitu Factor Loading dengan nilai 0.6 untuk Exploratory Factor Analysis dan Average Variance Extracted (AVE) dengan nilai > 0.7 untuk Confirmatory Factor Analysis, namun mereka menetapkan nilai Loading Factor > 0.7 dan nilai AVE > 0.5 untuk melihat hasilnya.

Tabel 3.4 menunjukkan tiga indikator *Distribution Intensity* dengan *factor loading* > 0.7 semua indikator bernilai < 0.70. Maka dapat disimpulkan ketiga indikator variabel *Distribution Intensity* adalah valid.

**Table 3.4 Hasil Uji Validitas Konvergen (Distribution Intensity)**

<b>Validitas Konvergen</b>	<b>Variabe</b>	<b>Factor</b>	<b>Rule of</b>	<b>Evaluasi</b>
	<b>1</b>	<b>Loading</b>	<b>Thumb</b>	<b>Model</b>
	<b>DI2</b>	<b>0.733</b>	<b>&gt; 0.70</b>	Valid
	<b>DI3</b>	<b>0.834</b>		Valid
<b>Di1</b>	<b>0.756</b>	Valid		

Sumber: Data Olahan 135 Responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

Tabel 3.5 menunjukkan tiga indikator *Price* dengan *factor*

*loading* >0.7 semua indicator bernilai <0.70. Maka dapat disimpulkan ketiga indikator variabel *Price* adalah valid.

**Table 3.5 Hasil Uji Validitas Konvergen (Price)**

Validitas Konvergen	Variabel	<i>Factor Loading</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Evaluasi Model
	P1	0.963	> 0.70	Valid
P3	0.970	Valid		

Sumber: Data Olahan 135 Responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

Tabel 3.6 menunjukkan tiga indikator *Advertising Activity* dengan *factor loading* >0.7 semua indicator bernilai <0.70. Maka dapat disimpulkan ketiga indikator variabel *Advertising Activity* adalah valid.

**Table 3.6 Hasil Uji Validitas Konvergen (Advertising Activity)**

Validitas Konvergen	Variabel	<i>Factor Loading</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Evaluasi Model
	AC1	0.796	>0.70	Valid
AC2	0.810	Valid		
AC3	0.851	Valid		

Sumber: Data Olahan 135 responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

Tabel 3.7 menunjukkan tiga indikator *Monetary Promotion* dengan *factor loading* >0.7 semua indicator bernilai <0.70. Maka dapat disimpulkan ketiga indikator variabel *Monetary Promotion* adalah valid.

**Table 3.7 Hasil Uji Validitas Konvergen (*Monetary Promotion*)**

<b>Validitas Konvergen</b>	<b>Variabel</b>	<b><i>Factor Loading</i></b>	<b><i>Rule of Thumb</i></b>	<b>Evaluasi Model</b>
	<b>MP1</b>	<b>0.793</b>	<b>&gt; 0.70</b>	Valid
	<b>MP2</b>	<b>0.757</b>		Valid
	<b>MP3</b>	<b>0.812</b>		Valid

Sumber: Data Olahan 135 responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

Tabel 3.8 menunjukkan tiga indikator *In-store Promotion* dengan *factor loading* >0.7 semua indicator bernilai <0.70. Maka dapat disimpulkan ketiga indikator variabel *In-store Promotion* adalah valid.

**Table 3.8 Hasil Uji Validitas Konvergen (*In-store Promotion*)**

Validitas Konvergen	Variabel	<i>Factor Loading</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Evaluasi Model
	IP1	0.790	> 0.70	Valid
	IP2	0.764		Valid
	IP3	0.885		Valid

Sumber: Data Olahan 135 responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

Tabel 3.9 menunjukkan tiga indikator *In-store Communication* dengan *factor loading* >0.7 semua indikator bernilai <0.70. Maka dapat disimpulkan ketiga indikator variabel *In-store Communication* adalah valid.

**Table 3.9 Hasil Uji Validitas Konvergen (*In-store Communication*)**

Validitas Konvergen	Variabel	<i>Factor Loading</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Evaluasi Model
	IC1	0.857	> 0.70	Valid
	IC2	0.785		Valid
	IC3	0.845		Valid
	IC4	0.842		Valid

Sumber: Data Olahan 135 responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

Tabel 3.10 menunjukkan tiga indikator *Corporate Image* dengan factor loading  $>0.7$  semua indicator bernilai  $<0.70$ . Maka dapat disimpulkan ketiga indikator variabel *Corporate Image* adalah valid.

**Table 3.10 Hasil Uji Validitas Konvergen (*Corporate Image*)**

<b>Validitas Konvergen</b>	<b>Variabel</b>	<b>Factor Loading</b>	<b>Rule of Thumb</b>	<b>Evaluasi Model</b>
	<b>CI1</b>	<b>0.712</b>	$> 0.70$	Valid
	<b>CI2</b>	<b>0.735</b>		Valid
	<b>CI4</b>	<b>0.761</b>		Valid

Sumber: Data Olahan 135 responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

Tabel 3.11 menunjukkan tiga indikator *Private Label* dengan factor loading  $>0.7$  semua indicator bernilai  $<0.70$ . Maka dapat disimpulkan ketiga indikator variabel *Private Label* adalah valid.

**Table 3.11 Hasil Uji Validitas Konvergen (*Private Label*)**

<b>Validitas Konvergen</b>	<b>Variabel</b>	<b><i>Factor Loading</i></b>	<b><i>Rule of Thumb</i></b>	<b>Evaluasi Model</b>
	PL1	0.805	> 0.70	Valid
	PL2	0.797		Valid
	PL3	0.805		Valid
	PL4	0.867		

Tabel 3.12 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai AVE >0.50. Dapat disimpulkan bahwa kedelapan variabel dinyatakan valid.

**Table 3.12 Hasil Pre-Test AVE Validitas Konvergen**

<b>Validitas Konvergen</b>	<b>Variabel</b>	<b>AV E</b>	<b><i>Rule of Thumb</i></b>	<b>Evaluasi Model</b>
	Advertising Activity	0.67 1	>0. 50	Valid
	<i>Corporate Brand Image</i>	0.54 2		Valid
	<i>Distribution Intensity</i>	0.60 2		Valid
	<i>In-Store</i>	0.69		Valid

<i>Communication</i>	<b>3</b>	
<i>In-store Promotion</i>	<b>0.66</b> <b>3</b>	Valid
<i>Monetary Promotion</i>	<b>0.62</b> <b>1</b>	Valid
<i>Price</i>	<b>0.93</b> <b>4</b>	Valid
<i>Private label brand equity</i>	<b>0.67</b> <b>1</b>	Valid

Sumber: Data Olahan 135 responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

#### 3.17.4. Discriminat Validity Pre-Test

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) penetapan validitas diskriminan terjadi pada saat dua konsep yang berbeda dan tidak berhubungan satu dengan yang lain. Selain itu, nilai *cross loading* harus  $>0.70$  untuk menyimpulkan hasil. Tabel berikut menunjukkan hasil pre-test validitas diskriminan menggunakan HTMT.

Tabel 3.9 menunjukkan bahwa dari empat variabel penelitian terdapat satu indikator, yaitu Penyesuaian Diri yang memiliki nilai HTMT *inference*  $>0.90$ . Namun sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Henseler et al., 2014). Dapat

disimpulkan bahwa keempat indikator tersebut dinyatakan valid.

**Table 3.13 Hasil Pre-Test Validitas**

	AC	CI	DI	IC	IP	MP	P	PL
AC								
CI	0.846							
DI	0.845	0.604						
IC	0.764	0.648	0.916					
IP	0.787	0.721	0.952	0.939				
MP	0.794	0.794	0.794	0.839	0.915			
P	0.347	0.182	0.263	0.382	0.249	0.289		
PL	0.672	0.811	0.818	0.735	0.875	0.822	0.280	

Sumber: Data Olahan 135 responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

Setelah penyebaran kuesioner kepada 135 responden pada tahap Pre-Test, uji validitas dari masing-masing variabel prediktor menunjukkan ada yang tidak valid. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut maka peneliti menghilangkan indikator CI3, CI4, DI1, dan P2 karena tidak memenuhi kriteria  $> 0,70$  untuk Factor Loading,  $> 0,50$  untuk AVE, dan  $> 0,70$  untuk Cross Loading, dan melanjutkan ke Actual Uji.

Tabel 3.13 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Composite Reliability* >0.70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator baik digunakan untuk penelitian dan siap untuk menyebarkan kuesioner untuk melakukan Actual Test. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel indikator dinyatakan reliabel.

**Table 3.14** Hasil Pre-Test *Composite Reliability*

<b>Variabel</b>	<b><i>Composite Reliability</i></b>	<b><i>Rule of Thumb</i></b>	<b>Evaluasi Model</b>
Advertising Activity	<b>0.860</b>	>0. 70	Reliabel
Corporate Brand Image	<b>0.780</b>		Reliabel
Distribution Intensity	<b>0.819</b>		Reliabel
In-Store Communication	<b>0.900</b>		Reliabel
In-store Promotion	<b>0.855</b>		Reliabel
Monetary	<b>0.831</b>		Reliabel

Promotion			
<i>Price</i>	<b>0.966</b>		Reliabel
<i>Private label brand equity</i>	<b>0.891</b>		Reliabel

Sumber: Data Olahan 135 responden untuk Analisis Data Pre-Test (2021)

Setelah tahap Pre-Test telah dilakukan pada 135 responden, maka dapat disimpulkan bahwa dari data tersebut dilakukan uji validitas dengan dua cara, yaitu validitas konvergen dan diskriminan. Validitas konvergen dibagi atas dua cara, yaitu dengan melihat nilai *loading factor* >0.70 dan AVE >0.50. Validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai *cross loadings* >0.70. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Pengujian ini dilihat melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan nilai >0.70. Setelah itu melanjutkan pada *Actual Test* terhadap jumlah sampel yang telah ditentukan.