

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Berfikir Penelitian

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengalaman jasa merupakan hasil dari interaksi antara pelanggan dan provider, dan partisipasi pelanggan memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan. Keterlibatan konsumen dapat memengaruhi sikap pasca pembelian, pembelian berulang, kemauan memberikan rekomendasi, dan perilaku loyalitas. Pelanggan dapat memiliki berbagai peran dalam konsumsi jasa, seperti sumber daya produktif, kontributor terhadap kualitas dan nilai, serta pesaing bagi provider jasa.

Beberapa studi menekankan pentingnya melibatkan pelanggan untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas jasa. Dalam konteks ini, pelanggan dapat berperan sebagai karyawan parsial, yang dapat mengurangi ketidakpastian dalam pelayanan. Keinginan pelanggan untuk berpartisipasi dapat bervariasi, dan perusahaan perlu memahami nilai dan manfaat yang diberikan kepada pelanggan. Partisipasi pelanggan tidak hanya dipotret dari sudut pandang ekonomi, tetapi juga dari perspektif nilai dan hubungan relasional antara pelanggan dan provider. Pelanggan tidak hanya memaksimalkan utilitas ekonomi tetapi juga mempertimbangkan norma sosial dan perasaan emosional mereka. Pelibatan pelanggan dapat menciptakan ikatan emosional, meningkatkan kesadaran terhadap produk dan jasa, dan akhirnya meningkatkan loyalitas.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di kota Bengkulu, yang merupakan salah satu wilayah dengan populasi Muslim yang signifikan di Indonesia. Memilih Bengkulu sebagai lokasi penelitian memberikan keuntungan dalam mengamati perilaku dan preferensi jamaah umrah dalam konteks masyarakat yang berkembang. Bengkulu juga merupakan pasar potensial yang sedang berkembang untuk industri travel umrah, dengan banyaknya perusahaan travel yang beroperasi di daerah tersebut.

Kota Bengkulu menawarkan konteks yang unik untuk penelitian ini karena representasinya terhadap pasar travel umrah yang lebih luas di Indonesia. Dengan melibatkan responden dari berbagai latar belakang demografis dan sosial ekonomi, penelitian ini diharapkan dapat mengungkap wawasan yang relevan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas jamaah di berbagai kelompok masyarakat. Selain itu, Bengkulu sebagai lokasi penelitian dapat menyediakan data yang kaya dan beragam yang mencerminkan dinamika pasar umrah di Indonesia secara keseluruhan.

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan selama bulan Desember 2023 hingga Februari 2024. Pemilihan periode ini didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, Desember hingga Februari sering kali merupakan periode sibuk untuk umrah, dengan banyak jamaah yang memilih untuk melakukan perjalanan ke Tanah Suci selama bulan-bulan ini. Hal ini memberikan kesempatan untuk mengamati perilaku jamaah dalam konteks yang aktif dan dinamis.

Kedua, periode ini memungkinkan peneliti untuk

mengumpulkan data selama musim umrah yang sibuk, yang diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang pengalaman dan persepsi jamaah. Dengan melaksanakan penelitian selama periode ini, peneliti dapat memanfaatkan momentum untuk mendapatkan data yang relevan dan akurat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas jamaah.

Selain itu, pelaksanaan penelitian selama tiga bulan memberikan cukup waktu untuk pengumpulan data yang komprehensif dan analisis yang mendalam. Ini memungkinkan peneliti untuk melakukan survei dan wawancara dengan jamaah, serta melakukan observasi langsung terhadap interaksi antara jamaah dan perusahaan travel. Dengan demikian, hasil penelitian akan lebih representatif dan dapat memberikan rekomendasi yang lebih tepat sasaran bagi perusahaan travel umrah dalam merencanakan strategi peningkatan loyalitas pelanggan.

3.3 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian survei dengan cara menyebarkan pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada responden sebagai instrumen penelitian. Studi yang digunakan adalah studi kausal atau hubungan sebab akibat.²⁴¹

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif ialah pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke

²⁴¹ D Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D* (digilib.unigres.ac.id, 2013) <https://digilib.unigres.ac.id/index.php?p=show_detail&id=43>.

lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik.²⁴²

Pendekatan kuantitatif dimaksudkan untuk menggambarkan secara utuh tentang fenomena-fenomena yang ada seobjektif mungkin. Menurut Creswell (2007) penelitian kuantitatif merupakan sebuah pendekatan bagi teori-teori objektif dengan memeriksa hubungan antara variabel-variabel yang ada. Semua variabel tersebut pada gilirannya dapat diukur dengan instrumen, sehingga data-data berupa angka dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik.²⁴³

Metode penelitian ini memberikan keunggulan dalam mengumpulkan data dengan pendekatan kuantitatif, yang memungkinkan analisis statistik untuk memeriksa hubungan antar variabel. Penggunaan kuesioner sebagai instrumen survei membantu dalam mengumpulkan data numerik secara sistematis. Dengan fokus pada pendekatan kausal atau hubungan sebab akibat, penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak variabel-variabel tertentu terhadap hasil yang diukur. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih objektif dan terukur terkait fenomena yang diteliti. Dalam keseluruhan proses penelitian lapangan ini, penggunaan metode kuantitatif memberikan kerangka kerja yang kuat untuk

²⁴² Sulyanto, "METODE PENELITIAN KUANTITATIF," *UNIVERSITAS PERADABAN BUMIAYU*, 6.2 (2016), hal. 1–39, doi:10.20961/jmme.v6i2.10058.

²⁴³ Sofiyan Siregar, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*, PT Fajar Interpratama Mandiri (opac.iainkediri.ac.id, 2013).

menggali dan menganalisis data secara menyeluruh.

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam setiap penelitian, definisi dan pemilihan populasi merupakan langkah awal yang krusial, karena populasi berfungsi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh jamaah yang telah melaksanakan kegiatan ibadah umrah dari tahun 2023 hingga 2024. Pemilihan populasi ini tidak hanya mencakup individu-individu yang telah berpartisipasi dalam ibadah umrah selama periode tersebut, tetapi juga mempertimbangkan berbagai karakteristik demografis, sosial, dan ekonomi yang dapat mempengaruhi pengalaman dan persepsi mereka.

Populasi sebagai kumpulan dari keseluruhan objek yang akan diukur dalam penelitian ini, memegang peranan penting dalam menentukan validitas dan generalisasi temuan penelitian. Dengan menetapkan populasi yang tepat, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan relevan dan dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang akurat. Dalam konteks penelitian ini, menargetkan populasi jamaah umrah dari tahun 2023 hingga 2024 memberikan keuntungan karena periode ini mencakup perubahan dan dinamika terbaru dalam industri travel umrah, termasuk respons terhadap kebijakan pasca-pandemi dan inovasi dalam layanan umrah.

Pemilihan populasi jamaah umrah selama periode 2023-2024 juga didasarkan pada pertimbangan bahwa jamaah yang

baru saja melaksanakan umrah dapat memberikan masukan yang segar dan relevan mengenai pengalaman mereka. Pengalaman ini bisa mencakup aspek-aspek seperti Kualitas Relasional, fasilitas partisipatif yang disediakan oleh penyelenggara perjalanan, serta tanggapan mereka terhadap promotional benefit yang ditawarkan. Dengan fokus pada populasi ini, penelitian dapat mengungkap wawasan tentang bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi loyalitas dan kepuasan jamaah.

Menggunakan populasi jamaah umrah dari periode ini juga memungkinkan penelitian untuk mengeksplorasi dampak dari kebijakan dan perubahan terbaru dalam industri travel umrah. Misalnya, dengan adanya kemajuan teknologi dan digitalisasi, banyak perusahaan travel umrah telah mengadopsi layanan online untuk pendaftaran, pembayaran, dan manajemen perjalanan. Jamaah yang melakukan umrah dalam periode ini mungkin memiliki pengalaman berbeda dibandingkan dengan mereka yang melaksanakan umrah sebelum digitalisasi menjadi umum. Ini memberikan peneliti kesempatan untuk mengevaluasi sejauh mana teknologi mempengaruhi pengalaman jamaah dan bagaimana hal ini berkontribusi terhadap loyalitas mereka.

Selain itu, menargetkan populasi ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi peran religiusitas dan kualitas relasional dalam membentuk pengalaman jamaah. Jamaah yang baru saja melaksanakan umrah mungkin memiliki pandangan yang lebih jelas dan mendalam tentang bagaimana aspek-aspek ini mempengaruhi pengalaman mereka. Penelitian dapat menggali lebih jauh tentang bagaimana tingkat religiusitas individu mempengaruhi respon mereka terhadap fasilitas

partisipatif dan promotional benefit, serta bagaimana kualitas relasional dengan penyelenggara perjalanan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka.

Melalui analisis mendalam terhadap populasi ini, penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas jamaah dalam industri travel umrah. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan oleh penyelenggara perjalanan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas jamaah. Misalnya, dengan memahami preferensi dan kebutuhan jamaah terbaru, perusahaan dapat menyesuaikan layanan dan fasilitas yang ditawarkan untuk lebih memenuhi harapan jamaah.

2. Sampel

Pengambilan sampel merupakan bagian integral dari desain penelitian, terutama ketika populasi yang diteliti tidak dapat diketahui jumlahnya secara pasti. Dalam konteks penelitian ini, pemilihan sampel dilakukan dengan merujuk pada panduan yang disampaikan oleh Hair et al. (2020), yang menekankan pentingnya menentukan ukuran sampel yang tepat untuk mencapai hasil penelitian yang dapat diandalkan. Menurut panduan tersebut, ukuran sampel yang terlalu besar dapat menyulitkan peneliti untuk mendapatkan ukuran *goodness of fit* yang optimal. Oleh karena itu, ukuran sampel minimum yang disarankan adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi.

Dengan mempertimbangkan bahwa penelitian ini bersifat sosial dengan skala besar, peneliti memilih untuk menggunakan skala 5 dalam menentukan ukuran sampel. Penelitian ini melibatkan 33 pernyataan, yang jika dikalikan dengan skala 5, menghasilkan jumlah sampel sebanyak 165 responden. Pendekatan ini memastikan bahwa ukuran sampel cukup untuk memberikan hasil yang valid dan dapat diandalkan, sambil tetap menjaga efisiensi dalam proses pengumpulan data.

Sekaran dan Bougie (1993) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari populasi yang dipilih untuk tujuan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, jenis sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini dipilih karena populasi jamaah umrah tidak dapat diidentifikasi secara lengkap dan tidak semua anggota populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk diikutsertakan dalam penelitian.

Salah satu metode *nonprobability sampling* yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* melibatkan pemilihan satuan sampling berdasarkan pertimbangan tertentu, dengan tujuan untuk memperoleh satuan sampling yang memiliki karakteristik yang diinginkan. Dalam penelitian ini, karakteristik yang diinginkan mencakup pengalaman dalam melaksanakan ibadah umrah dan pengetahuan tentang fasilitas partisipatif, *promotional benefit*, religiusitas, dan kualitas relasional yang menjadi fokus penelitian.

Pemilihan purposive sampling didasarkan pada pertimbangan bahwa metode ini memungkinkan peneliti untuk fokus pada subjek yang paling relevan dengan tujuan penelitian. Dengan memilih responden yang memiliki pengalaman dan pemahaman yang relevan, peneliti dapat mengumpulkan data yang lebih mendalam dan kontekstual. Hal ini penting untuk mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana faktor-faktor yang diteliti mempengaruhi loyalitas jamaah dalam konteks travel umrah.

Walaupun *nonprobability sampling*, khususnya *purposive sampling*, memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi hasil penelitian, metode ini memiliki keunggulan dalam memberikan wawasan yang kaya dan mendetail tentang subjek yang diteliti. Dalam penelitian sosial berskala besar seperti ini, di mana karakteristik populasi tidak dapat diketahui dengan pasti, purposive sampling memungkinkan peneliti untuk menargetkan kelompok yang tepat dan relevan.

Selain itu, pendekatan ini juga dapat membantu dalam mengidentifikasi tren dan pola yang mungkin tidak terlihat dengan metode sampling lainnya. Dengan fokus pada responden yang memiliki karakteristik atau pengalaman tertentu, peneliti dapat mengeksplorasi hubungan dan dinamika yang lebih kompleks antara variabel yang diteliti. Ini memungkinkan penelitian untuk menggali lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas jamaah, yang mungkin tidak terungkap dengan metode sampling yang lebih acak.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti perlu memastikan bahwa proses pengambilan sampel dilakukan

dengan hati-hati dan akurat. Ini mencakup pemilihan responden yang sesuai, penyusunan instrumen penelitian yang valid, dan pelaksanaan survei atau wawancara yang konsisten. Setiap langkah dalam proses ini harus dirancang untuk meminimalkan bias dan meningkatkan validitas serta reliabilitas data yang dikumpulkan.

Penting juga untuk mencatat bahwa dalam penggunaan purposive sampling, transparansi dalam kriteria pemilihan responden sangat penting. Peneliti harus menjelaskan secara jelas dan terperinci alasan di balik pemilihan kriteria tersebut, serta bagaimana kriteria ini relevan dengan tujuan penelitian. Ini akan membantu memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan dan dapat digunakan untuk memberikan wawasan yang berharga bagi industri travel umrah.

Secara keseluruhan, strategi pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, dengan pendekatan purposive sampling, dirancang untuk menangkap data yang paling relevan dan informatif tentang loyalitas jamaah umrah. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas jamaah, serta menawarkan rekomendasi praktis bagi perusahaan travel umrah dalam merancang strategi yang lebih efektif dan berfokus pada pelanggan. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk studi lebih lanjut yang dapat memperluas eksplorasi tentang dinamika loyalitas dalam konteks perjalanan religius.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada proses mengonseptualisasikan dan mengukur konsep atau variabel penelitian dalam bentuk operasional yang dapat diamati atau diukur. Dengan kata lain, definisi operasional menjelaskan bagaimana suatu konsep atau variabel akan diukur atau diamati secara spesifik dalam konteks penelitian. Berikut tabel operasional penelitian:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No.	Variabel	Indikator Penelitian	Pernyataan Penelitian
1	Fasilitas Partisipasi adalah sarana atau kemudahan yang disediakan oleh suatu organisasi atau kelompok untuk mendorong dan memfasilitasi partisipasi aktif dalam kegiatan atau proses. ²⁴⁴	Kualitas fasilitas	(FP1) Fasilitas rumah sakit di sekitar Hotel sangat memadai.
			(FP2) Pusat kesehatan di sekitar Hotel memenuhi kebutuhan saya.
			(FP3) Makanan yang ditawarkan di restoran hotel berkualitas tinggi.
			(FP4) Informasi dalam bahasa Inggris di Hotel mudah dipahami.
		Akomodasi situs religius	(FP5) Layanan taksi di sekitar Hotel efisien dan mudah diakses.
			(FP6) Ketersediaan air zam-zam memadai dan memuaskan.
		Koordinasi Perjalanan	(FP7) Pemandu umrah memberikan penjelasan yang jelas dalam bahasa saya.
			(FP8) Keamanan sangat baik dengan sedikit

²⁴⁴ Haamid Bashir et al., "Experience of Umrah Trip to Saudi Arabia from Kashmir India: Model Study on Management and Facilities to Pilgrims by Custodian of Holy Mosques Kingdom of Saudi Arabia," *Journal of Tourism & Hospitality*, 06.06 (2017), doi:10.4172/2167-0269.1000328.

No.	Variabel	Indikator Penelitian	Pernyataan Penelitian
			kasus pencurian.
		Preferensi Budaya dan Etnis	(FP9) Pengalaman saya selama kunjungan ini sesuai dengan ajaran dalam Al-Quran dan hadits.
			(FP10) Fasilitas yang tersedia mendukung praktik ibadah dan keyakinan saya.
		Umpan Balik	(FP11) Fasilitas yang disediakan memenuhi harapan saya.
			(FP12) Saya berencana untuk mengunjungi kembali di masa depan.
2	Kualitas Relasional adalah konsep yang merujuk pada penilaian menyeluruh terhadap kekuatan dan kesehatan hubungan antara dua pihak, sering kali dalam konteks bisnis atau layanan. ²⁴⁵	Kepercayaan dan Kepuasan	(KR1) Saya percaya bahwa agen perjalanan Umrah ini akan memenuhi semua janji mereka.
			(KR2) Akomodasi yang disediakan oleh agen ini sangat memuaskan.
			(KR3) Agen ini menyediakan layanan yang sesuai dengan keyakinan religius saya.
		Komitmen dan Interaksi Sosial	(KR4) Agen perjalanan ini mendukung interaksi sosial di antara para jamaah.
			(KR5) Agen ini membantu memfasilitasi kegiatan ibadah kelompok yang sesuai.
		Meningkatkan Kualitas Hubungan	(KR6) Pelayanan pelanggan yang diberikan oleh agen ini sangat profesional.
			(KR7) Saya akan merekomendasikan agen perjalanan ini kepada orang lain.
3	Promotional Benefit mengacu pada keuntungan	<i>Utilitarian Benefits</i>	(PB1) Saya mencari penawaran harga terbaik sebelum memilih paket Umrah.

²⁴⁵ Perez Vega, "Travelling for Umrah: destination attributes, destination image, and post- travel intentions," 2017.

No.	Variabel	Indikator Penelitian	Pernyataan Penelitian
	atau nilai yang diperoleh konsumen dari partisipasi dalam promosi penjualan. Manfaat ini biasanya dikategorikan menjadi dua jenis utama: utilitarian dan hedonis. ²⁴⁶		(PB2) Saya mempersiapkan daftar kebutuhan sebelum berangkat Umrah.
			(PB3) Informasi yang diberikan oleh agen sangat membantu dalam perencanaan perjalanan saya.
			(PB4) Menggunakan layanan agen perjalanan ini membuat saya merasa puas.
		<i>Hedonic Benefits</i>	(PB5) Saya merasa senang dengan pelayanan ekstra yang ditawarkan oleh agen ini.
			(PB6) Setiap langkah perjalanan memberikan saya kepuasan emosional.
			(PB7) Menggunakan agen perjalanan ini mencerminkan nilai dan keyakinan saya.
		<i>Value Expression Benefit</i>	(PB8) Saya senang berbagi pengalaman baik saya dengan agen ini kepada teman dan keluarga.
			(PB9) Agen ini membantu saya mengekspresikan identitas diri saya melalui perjalanan Umrah.
4	Religiusitas merujuk pada intensitas dan konsistensi keyakinan, praktik, dan pengalaman keagamaan seseorang. Religiusitas mencakup berbagai dimensi, termasuk aspek kognitif, emosional, dan	<i>Religious Commitment and Engagement</i>	(RG1) Keyakinan religius saya adalah salah satu hal yang paling penting dalam hidup saya.
			(RG2) Keyakinan religius saya membantu saya menetapkan tujuan pribadi.
			(RG3) Keyakinan religius saya membantu mengembangkan identitas diri.
			(RG4) Keyakinan religius saya mendasari

²⁴⁶ Mike Reid et al., "Economic and utilitarian benefits of monetary versus non-monetary in-store sales promotions," *Journal of Marketing Management*, 31.3–4 (2015), hal. 247–68, doi:10.1080/0267257X.2014.939216.

No.	Variabel	Indikator Penelitian	Pernyataan Penelitian
	perilaku kehidupan beragama. ²⁴⁷		seluruh pendekatan hidup saya
		<i>Daily Religious Practices</i>	(RG5) Saya merasa dicintai oleh Tuhan.
			(RG6) Saya membaca teks suci (seperti Al-Qur'an).
			(RG7) Saya merasakan hubungan dengan Tuhan melampaui diri pribadi.
		<i>Perceived Religious Beliefs</i>	(RG8) Saya percaya bahwa semua kehidupan saling terkait.
			(RG9) Saya percaya bahwa orang non-religius dapat menjalani kehidupan yang sama bermoralnya dengan orang beragama.
			(RG10) Saya percaya bahwa kebanyakan orang dapat bertumbuh secara spiritual tanpa harus beragama.
5	Loyalitas pelanggan merupakan konsep yang memiliki banyak sisi yang menunjukkan komitmen pelanggan untuk secara konsisten melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk atau layanan. Hal ini melibatkan persepsi positif terhadap suatu produk atau layanan dan keinginan untuk mempromosikan dan	<i>Participation in Service Delivery</i>	(LY1) Saya jarang mempertimbangkan untuk beralih ke agen perjalanan lain.
		<i>Positive Perception and Recommendations</i>	(LY2) Selama layanan yang diberikan tetap baik, saya ragu akan beralih dari agen perjalanan Umrah ini.
		<i>Repeat Purchases</i>	(LY3) Saya berusaha menggunakan agen perjalanan Umrah ini setiap kali perlu melakukan pembelian.

²⁴⁷ Almuhrzi dan Alsawafi.

No.	Variabel	Indikator Penelitian	Pernyataan Penelitian
	merekomendasikannya kepada orang lain. ²⁴⁸		

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara berbagai variabel yang mempengaruhi loyalitas jamaah umrah, dengan fokus pada peran fasilitas partisipasi, kualitas relasional, promotional benefit, dan religiusitas. Fasilitas Partisipasi berperan penting dalam mendukung keterlibatan aktif pelanggan. Kualitas fasilitas seperti rumah sakit dan pusat kesehatan yang memadai, serta makanan berkualitas tinggi, memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi para pelancong.²⁴⁹ Akomodasi di situs religius yang menyediakan informasi yang mudah dipahami dan layanan taksi yang efisien meningkatkan aksesibilitas dan pengalaman keseluruhan. Koordinasi perjalanan melalui pemandu wisata yang komunikatif dan keamanan yang baik menambah nilai tambah bagi pengguna. Preferensi budaya dan etnis yang dihormati, serta umpan balik yang positif, menunjukkan bahwa fasilitas ini tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar tetapi juga mendukung praktik ibadah dan

²⁴⁸ Cedric Hsi Jui Wu dan Ali Mursid, "Loyalty motivations for religious tourism: Indonesian Muslim travelers umrah participating in pilgrimage to Mecca, Saudi Arabia," *Tourism Review*, 75.2 (2020), hal. 466–78, doi:10.1108/TR-11-2018-0155.

²⁴⁹ Jiaxin Wang, "The impact of customer participation on service quality improvement - An empirical study in tianjin hotels," in *Communications in Computer and Information Science* (Springer, Berlin, Heidelberg, 2011), 209 CCIS, 203–10, doi:10.1007/978-3-642-23020-2_31.

keyakinan pelanggan.²⁵⁰

Kualitas Relasional menyoroti pentingnya kepercayaan dan kepuasan dalam hubungan antara agen perjalanan dan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan akomodasi dan layanan yang sesuai dengan keyakinan religius mereka cenderung lebih loyal. Komitmen agen dalam mendukung interaksi sosial dan memfasilitasi kegiatan kelompok juga meningkatkan kualitas hubungan. Pelayanan pelanggan yang profesional dan rekomendasi dari pelanggan menunjukkan bahwa agen ini berhasil membangun hubungan yang kuat dan sehat dengan klien mereka.

Promotional Benefit dibagi menjadi utilitarian dan hedonis. Manfaat utilitarian, seperti mencari penawaran terbaik dan mendapatkan informasi yang berguna, membantu pelanggan dalam perencanaan dan penghematan biaya.²⁵¹ Manfaat hedonis, seperti kepuasan emosional dan pelayanan ekstra, menambah nilai pengalaman pelanggan. Manfaat ekspresi nilai menunjukkan bahwa agen perjalanan ini membantu pelanggan mengekspresikan identitas diri mereka, memberikan rasa bangga dan kepuasan dalam berbagi pengalaman dengan orang lain.²⁵²

²⁵⁰ Le Nguyen Hau dan Pham Ngoc Thuy, "Customer participation to co-create value in human transformative services: a study of higher education and health care services," *Service Business*, 10.3 (2016), hal. 603–28, doi:10.1007/s11628-015-0285-y.

²⁵¹ Seolwoo Park, "Get Discount in Chocolate and Get More Toothpaste! The Effect of Product Preferences on Promotion About Price-Off and Value-Added According to Product Type: Focusing on Hedonic and Utilitarian Product" (Springer, Cham, 2016), hal. 275–80, doi:10.1007/978-3-319-26647-3_54.

²⁵² Richard A. Heiens dan Ravi Narayanaswamy, "Online sales promotion in hedonic versus utilitarian product categories," *International*

Religiusitas mencakup komitmen religius dan praktik harian yang memberikan kerangka kerja bagi kehidupan pelanggan. Keyakinan religius yang penting dalam hidup mereka membantu menetapkan tujuan pribadi dan mengembangkan identitas. Praktik harian seperti membaca teks suci dan merasakan hubungan dengan Tuhan memperkuat dimensi emosional dan kognitif dari pengalaman religius. Keyakinan yang dipersepsikan, seperti pandangan bahwa semua kehidupan saling terkait, menekankan integrasi nilai-nilai spiritual dalam kehidupan sehari-hari.

Loyalitas Pelanggan menekankan pentingnya keterlibatan dalam layanan, persepsi positif, dan pembelian berulang. Pelanggan yang jarang mempertimbangkan untuk beralih ke agen lain menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi. Selama layanan tetap memuaskan, mereka cenderung tidak beralih, dan usaha untuk menggunakan agen yang sama mencerminkan komitmen dan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Metode pengumpulan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, dengan tujuan untuk memperoleh data yang

dibutuhkan secara lengkap.²⁵³

Kuesioner penelitian dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, yang diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, ataupun melalui internet. Adapun Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan elemen penting dalam penelitian yang berfungsi sebagai basis utama analisis. Data ini diperoleh langsung oleh peneliti dari objek penelitian, baik berupa individu maupun organisasi, dan dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian secara spesifik dan relevan. Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data primer. Kuesioner penelitian adalah instrumen yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya, di mana responden diminta untuk memberikan jawaban berdasarkan alternatif yang telah didefinisikan secara jelas. Ini memastikan bahwa data yang diperoleh adalah terstruktur dan dapat diolah secara sistematis untuk analisis lebih lanjut.

Penggunaan kuesioner dalam penelitian ini menawarkan beberapa keuntungan. Pertama, kuesioner memungkinkan pengumpulan data dari sejumlah besar responden dalam waktu yang relatif singkat. Ini sangat

²⁵³ J W Creswell dan J D Creswell, "Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches" (Sage publications, 2017) <<http://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2015/10/Creswell-Cap-10.pdf>>.

penting dalam penelitian sosial berskala besar, di mana jumlah responden yang diperlukan untuk mencapai hasil yang representatif cukup banyak. Dengan kuesioner, peneliti dapat menjangkau responden yang tersebar di berbagai lokasi, sehingga memperoleh data yang lebih beragam dan komprehensif.

Kedua, kuesioner memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengajukan pertanyaan yang sangat spesifik, sesuai dengan tujuan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan ini dirancang untuk menggali informasi yang relevan dengan variabel yang sedang diteliti, seperti fasilitas partisipasi, kualitas relasional, promotional benefit, dan religiusitas. Dengan menggunakan pertanyaan terstruktur, peneliti dapat memastikan bahwa semua aspek penting dari topik penelitian tercakup dan mendapatkan jawaban yang memungkinkan analisis mendalam.

Selain itu, kuesioner juga memberikan fleksibilitas dalam hal skala pengukuran yang digunakan. Peneliti dapat menggunakan skala Likert, misalnya, untuk mengukur tingkat persetujuan atau kepuasan responden terhadap pernyataan tertentu. Skala ini membantu dalam kuantifikasi data kualitatif, yang kemudian dapat dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antara variabel. Penggunaan skala pengukuran yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh akurat dan dapat diandalkan.

Dalam proses penyusunan kuesioner, peneliti harus memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan

tidak ambigu dan dapat dipahami dengan jelas oleh responden. Kejelasan dalam pertanyaan sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman yang dapat mempengaruhi kualitas data. Oleh karena itu, sebelum distribusi kuesioner dilakukan, sering kali peneliti melakukan uji coba atau pilot test.

Selain itu, peneliti juga harus mempertimbangkan aspek etika dalam pengumpulan data primer. Ini termasuk memastikan bahwa partisipasi responden adalah sukarela dan bahwa mereka memahami tujuan penelitian serta bagaimana data mereka akan digunakan. Peneliti juga harus menjaga kerahasiaan dan anonimitas responden untuk melindungi privasi individu. Dengan memenuhi standar etika penelitian, peneliti dapat membangun kepercayaan dengan responden, yang dapat meningkatkan kualitas dan kejujuran jawaban yang diberikan.

Dalam konteks analisis data, data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dapat diolah menggunakan berbagai teknik statistik. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik responden dan distribusi jawaban. Sementara itu, analisis inferensial dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan mengidentifikasi hubungan antara variabel. Misalnya, regresi linier dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh fasilitas partisipasi terhadap loyalitas jamaah, dengan kontrol untuk variabel mediasi dan moderasi seperti religiusitas dan promotional benefit.

Penggunaan data primer dari kuesioner juga memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis komparatif antara kelompok responden yang berbeda. Misalnya, peneliti dapat membandingkan persepsi dan pengalaman jamaah umrah dari berbagai latar belakang demografis, seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Analisis ini dapat memberikan wawasan tambahan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas jamaah dan membantu dalam segmentasi pasar yang lebih efektif.

Secara keseluruhan, penggunaan kuesioner sebagai sumber data primer dalam penelitian ini memberikan fondasi yang kuat untuk analisis mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas jamaah umrah. Dengan desain kuesioner yang hati-hati dan analisis data yang tepat, peneliti dapat memperoleh wawasan yang berharga tentang dinamika hubungan antara fasilitas partisipasi, kualitas relasional, promotional benefit, dan religiusitas. Temuan ini tidak hanya akan berkontribusi pada literatur akademik tentang loyalitas pelanggan dalam konteks keagamaan, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi agen travel umrah dalam merancang strategi layanan yang lebih baik dan lebih responsif terhadap kebutuhan jamaah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi industri travel umrah dan meningkatkan pengalaman ibadah jamaah secara keseluruhan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti melalui pengumpulan dan pengolahan data yang

bersifat studi dokumentasi berupa penelaahan, pemahaman dan penafsiran terhadap dokumen-dokumen terkait dengan yang peneliti teliti. Data sekunder berguna sebagai data tambahan yang dapat memperkuat data pokok melalui *Library Research*, melalui buku, jurnal dan artikel yang berhubungan dengan topik retribusi daerah.

3.7 Teknik Analisis Data

Model Persamaan Struktural berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan kompleks antar variabel laten yang diukur dengan indikator. Model ini terdiri dari dua komponen utama: model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).²⁵⁴

Model Persamaan Struktural berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) adalah pendekatan statistik yang semakin banyak digunakan dalam penelitian sosial dan bisnis karena kemampuannya untuk menganalisis hubungan kompleks antar variabel laten yang diukur dengan indikator. Metode ini terdiri dari dua komponen utama: model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Model pengukuran menggambarkan hubungan antara variabel laten dan indikatornya, di mana variabel laten adalah konstruk yang tidak dapat diukur secara langsung, seperti kepuasan pelanggan, dan diukur melalui indikator yang dapat diamati, seperti pernyataan

²⁵⁴ Edward E. Rigdon, Marko Sarstedt, dan Christian M. Ringle, "On Comparing Results from CB-SEM and PLS-SEM: Five Perspectives and Five Recommendations," *Marketing ZFP*, 39.3 (2017), hal. 4–16, doi:10.15358/0344-1369-2017-3-4.

kuesioner. PLS-SEM dapat menangani model pengukuran yang bersifat reflektif, di mana indikator dianggap sebagai manifestasi dari variabel laten, maupun formatif, di mana indikator membentuk variabel laten. Validitas dan reliabilitas model pengukuran dievaluasi melalui metrik seperti Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted (AVE).

Sementara itu, model struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten itu sendiri dan menilai hipotesis hubungan kausal yang diajukan peneliti. Evaluasi model struktural dilakukan melalui koefisien jalur (path coefficients), yang menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel laten, serta R-squared (R^2) yang mengukur seberapa baik konstruk endogen dijelaskan oleh konstruk eksogen. PLS-SEM memiliki beberapa kelebihan, seperti tidak memerlukan asumsi distribusi normal multivariat, kemampuan untuk menangani model dengan banyak variabel laten dan indikator, serta efisiensi dalam estimasi parameter bahkan dengan ukuran sampel yang relatif kecil.

Dalam penelitian yang melibatkan hubungan kompleks antar variabel, seperti studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas jamaah umrah, PLS-SEM dapat digunakan untuk menguji model teoritis yang melibatkan berbagai konstruk. Misalnya, peneliti dapat menggunakan PLS-SEM untuk mengukur sejauh mana indikator seperti kepuasan layanan dan kepercayaan membentuk konstruk laten seperti kualitas relasional, serta menguji hubungan kausal antara fasilitas partisipasi dan loyalitas jamaah dengan mempertimbangkan peran mediasi dari religiusitas dan peran moderasi dari

promotional benefit. Meskipun PLS-SEM menawarkan banyak kelebihan, penggunaannya juga datang dengan tantangan, seperti interpretasi model yang rumit dan pemilihan indikator yang tepat.

Kesimpulannya, PLS-SEM adalah alat analisis yang kuat dan fleksibel yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan kompleks antar variabel laten, memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi hasil yang diinginkan, dan memberikan panduan praktis bagi pengambil keputusan dalam merancang strategi yang lebih efektif. Dalam konteks penelitian tentang loyalitas jamaah umrah, penerapan PLS-SEM dapat membantu peneliti memahami dinamika hubungan antara variabel-variabel kunci, berkontribusi pada pengembangan teori, dan memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan dalam strategi bisnis.

3.7.1 Outer Model

Fokus ini adalah pada model pengukuran atau outer model, yang bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya.²⁵⁵ Outer model, atau model pengukuran, adalah bagian dari PLS-SEM yang menghubungkan variabel laten dengan indikator yang mengukurnya. Uji outer model ini dilakukan dengan menggunakan prosedur PLS Algorithm untuk menguji

²⁵⁵ Agus Purwanto dan Yuli Sudargini, "Partial Least Squares Structural Suation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research: A Literature Review," *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2.4 (2021), hal. 114–23 <<https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/168>>.

validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang terkait dengan konstruk. Dalam outer model PLS-SEM, terdapat dua jenis pengukuran utama: model reflektif dan model formatif.²⁵⁶

1. Model Reflektif

Model reflektif dalam PLS-SEM memandang indikator sebagai manifestasi dari variabel laten. Indikator ini mencerminkan perubahan yang terjadi pada variabel laten.²⁵⁷ Dalam model ini, pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan beberapa langkah spesifik:

Validitas Konvergen : *Loading factor* mencerminkan korelasi antara indikator dengan konstruknya. Nilai yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7 untuk menunjukkan bahwa indikator tersebut adalah pengukuran yang baik untuk konstruknya. Hair et al. menjelaskan bahwa loading yang rendah menunjukkan bahwa indikator tersebut tidak bekerja efektif dalam model.²⁵⁸

Validitas Diskriminan : *Cross loading* digunakan untuk memeriksa validitas diskriminan. Setiap indikator seharusnya memiliki loading yang lebih tinggi pada

²⁵⁶ Joseph F. Hair et al., "When to use and how to report the results of PLS-SEM," *European Business Review*, 31.1 (2019), hal. 2–24, doi:10.1108/EBR-11-2018-0203.

²⁵⁷ Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, dan Detmar W. Straub, "A critical look at the use of PLS-SEM in MIS quarterly," *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36.1 (2012) <<https://www.jstor.org/stable/41410402>>.

²⁵⁸ Joe F. Hair, Matthew C. Howard, dan Christian Nitzl, "Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis," *Journal of Business Research*, 109 (2020), hal. 101–10, doi:10.1016/j.jbusres.2019.11.069.

konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini memastikan bahwa indikator tersebut benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud.²⁵⁹

Reliabilitas : *Composite Reliability* (CR) menunjukkan konsistensi internal dari indikator-indikator dalam mengukur konstruk. Nilai CR yang tinggi, lebih dari 0,7, menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut konsisten dalam pengukuran konstruknya. Hair et al. menekankan pentingnya nilai CR yang tinggi untuk memastikan reliabilitas model.²⁶⁰

Menggunakan PLS-SEM dengan model reflektif menawarkan beberapa keuntungan dalam penelitian yang melibatkan konstruk laten. Karena model reflektif memandang indikator sebagai manifestasi dari variabel laten, analisis ini memungkinkan peneliti untuk lebih fokus pada hubungan kausal antara konstruk-konstruk dalam model struktural. Ini penting dalam konteks penelitian yang kompleks di mana banyak variabel saling berinteraksi, seperti studi tentang loyalitas pelanggan, perilaku konsumen, atau faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam praktiknya, peneliti harus sangat teliti dalam memilih dan mengembangkan indikator-indikator yang digunakan dalam model reflektif. Proses ini sering dimulai

²⁵⁹ Ringle, Sarstedt, dan Straub.

²⁶⁰ Faizan Ali et al., "An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30.1 (2018), hal. 514–38, doi:10.1108/IJCHM-10-2016-0568.

dengan tinjauan literatur yang ekstensif untuk mengidentifikasi indikator-indikator yang telah terbukti secara empiris relevan dalam konteks penelitian sebelumnya. Selain itu, uji coba awal atau pilot testing sering dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator tersebut bekerja dengan baik dalam konteks penelitian yang spesifik.

Setelah data terkumpul, analisis awal dilakukan untuk memeriksa validitas dan reliabilitas model pengukuran. Ini termasuk menghitung loading factor untuk setiap indikator dan memeriksa composite reliability serta cross loading untuk mengkonfirmasi validitas diskriminan. Jika hasil awal menunjukkan adanya masalah, seperti loading yang rendah atau CR yang tidak memadai, peneliti mungkin perlu merevisi model pengukuran, misalnya dengan mengganti atau menghapus indikator yang bermasalah.

Selain itu, peneliti juga harus mempertimbangkan konteks dan interpretasi teoretis dari variabel laten yang diukur. Ini berarti bahwa setiap indikator harus secara teoretis dan empiris relevan dengan konstruk yang diukur. Misalnya, dalam penelitian tentang kepuasan pelanggan, indikator-indikator seperti "tingkat kepuasan terhadap layanan" atau "kecenderungan untuk merekomendasikan layanan" harus secara langsung mencerminkan konstruk kepuasan itu sendiri.

Setelah validitas dan reliabilitas model pengukuran dikonfirmasi, peneliti dapat melanjutkan dengan analisis model struktural. Ini melibatkan pengujian hipotesis tentang hubungan antara variabel laten dan menilai kekuatan serta arah dari hubungan-hubungan ini. Koefisien jalur (path coefficients) digunakan untuk mengevaluasi hubungan kausal, sementara nilai R-squared (R^2) memberikan informasi tentang seberapa baik konstruk endogen dijelaskan oleh konstruk eksogen.

Dalam kesimpulannya, model reflektif dalam PLS-SEM menyediakan kerangka kerja yang kuat dan fleksibel untuk menganalisis hubungan kompleks antar variabel laten. Dengan memberikan perhatian khusus pada validitas dan reliabilitas pengukuran, peneliti dapat memastikan bahwa model yang dihasilkan tidak hanya akurat tetapi juga memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika yang mendasari fenomena yang diteliti. Penerapan PLS-SEM dengan model reflektif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami hubungan kausal dalam konteks yang lebih mendalam dan komprehensif, memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori dan praktik dalam bidang penelitian yang relevan.

2. Model Formatif

Dalam model formatif, indikator dianggap sebagai penyebab atau pembentuk variabel laten. Artinya, variabel laten merupakan hasil dari kombinasi indikator-

indikatornya. Pengujian validitas dan reliabilitas pada model formatif lebih kompleks karena indikator-indikator tidak perlu saling berkorelasi.²⁶¹ Proses pengujian ini mencakup:

Signifikansi Jalur Indikator, Setiap indikator diuji untuk signifikansinya dalam membentuk variabel laten. Indikator yang tidak signifikan mungkin perlu dipertimbangkan untuk dihapus dari model.²⁶²

Penilaian Kolinearitas, Kolinearitas antara indikator dievaluasi untuk memastikan bahwa indikator-indikator tidak berkorelasi tinggi satu sama lain, yang dapat mengganggu estimasi model. Hair et al. menyarankan untuk menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan nilai di bawah 5 untuk menilai kolinearitas yang dapat diterima.²⁶³

Pengujian outer model dalam PLS-SEM adalah langkah penting untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan valid dan reliabel dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Pemahaman yang mendalam tentang validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas sangat penting untuk memastikan bahwa model pengukuran yang digunakan adalah tepat dan akurat. Penggunaan teknik yang sesuai untuk model reflektif dan formatif memastikan

²⁶¹ Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, dan Joseph F. Hair, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling, Handbook of Market Research* (library.oapen.org, 2021), doi:10.1007/978-3-319-57413-4_15.

²⁶² Ali et al.

²⁶³ Joe F. Hair, Christian M. Ringle, dan Marko Sarstedt, "PLS-SEM: Indeed a silver bullet," *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19.2 (2011), hal. 139–52, doi:10.2753/MTP1069-6679190202.

bahwa hasil analisis dapat diandalkan dan valid.

Dalam model formatif, indikator dianggap sebagai penyebab atau pembentuk variabel laten, yang berarti bahwa variabel laten merupakan hasil dari kombinasi indikator-indikatornya. Berbeda dengan model reflektif di mana indikator mencerminkan variabel laten, dalam model formatif, indikator-indikator tersebut membentuk dan menentukan keberadaan variabel laten. Oleh karena itu, pengujian validitas dan reliabilitas pada model formatif menjadi lebih kompleks karena indikator-indikator tidak diharuskan untuk saling berkorelasi. Proses pengujian ini mencakup beberapa langkah penting yang harus dilakukan dengan cermat.

Signifikansi Jalur Indikator

Setiap indikator dalam model formatif diuji untuk signifikansinya dalam membentuk variabel laten. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator memberikan kontribusi yang berarti terhadap konstruk laten yang diukur. Jika sebuah indikator tidak signifikan, artinya kontribusinya terhadap variabel laten tidak kuat, maka indikator tersebut mungkin perlu dipertimbangkan untuk dihapus dari model. Penghapusan indikator yang tidak signifikan dapat membantu menyederhanakan model dan meningkatkan interpretasi serta klarifikasi dari hasil. Dalam analisis ini, peneliti sering menggunakan uji statistik seperti t-test untuk mengevaluasi signifikansi jalur indikator.

Penilaian Kolinearitas

Salah satu tantangan utama dalam model formatif

adalah penilaian kolinearitas antara indikator-indikator. Kolinearitas yang tinggi dapat mengganggu estimasi model dengan membuat hasil analisis menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan. Untuk menilai kolinearitas, peneliti menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Hair et al. menyarankan bahwa nilai VIF di bawah 5 dianggap dapat diterima, menandakan bahwa tidak ada kolinearitas yang merusak antara indikator-indikator. Jika nilai VIF melebihi ambang batas ini, peneliti mungkin perlu merevisi model dengan menghapus atau menggabungkan indikator-indikator yang menyebabkan kolinearitas tinggi.

Pengujian Outer Model dalam PLS-SEM

Pengujian outer model dalam PLS-SEM adalah langkah penting untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan valid dan reliabel dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Dalam konteks model formatif, pemahaman mendalam tentang validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas sangat penting. Validitas konvergen, meskipun tidak selalu diterapkan dalam model formatif, dapat dievaluasi dengan melihat seberapa baik indikator-indikator secara kolektif berkontribusi pada konstruk laten. Validitas diskriminan dalam model formatif lebih difokuskan pada memastikan bahwa konstruk yang berbeda benar-benar diukur secara berbeda.

Keunikan Model Formatif

Model formatif menawarkan pendekatan yang berbeda dan sering kali lebih realistis dalam mengukur konstruk yang kompleks. Misalnya, dalam penelitian pemasaran, variabel

laten seperti "kesehatan merek" dapat dibentuk oleh berbagai indikator seperti kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, masing-masing indikator memberikan dimensi unik yang membentuk konstruk laten secara keseluruhan. Oleh karena itu, model formatif memungkinkan peneliti untuk menangkap kompleksitas yang lebih besar dalam fenomena yang diteliti, yang mungkin tidak dapat dicapai dengan model reflektif.

Analisis Mendalam

Dalam menerapkan model formatif, peneliti harus berhati-hati dalam memilih dan menilai indikator yang digunakan. Ini memerlukan pemahaman yang kuat tentang teori dan konteks di mana konstruk laten diterapkan. Pengujian statistik harus dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator memberikan kontribusi yang berarti dan tidak menyebabkan kolinearitas yang berlebihan. Selain itu, peneliti perlu mempertimbangkan bahwa model formatif sering kali tidak memerlukan reliabilitas yang sama seperti model reflektif, karena fokusnya adalah pada kontribusi kolektif indikator terhadap variabel laten.

Implikasi Praktis dan Teoretis

Penggunaan model formatif dalam PLS-SEM memiliki implikasi praktis dan teoretis yang signifikan. Secara praktis, model ini memungkinkan peneliti dan praktisi untuk membangun model yang lebih sesuai dengan realitas kompleks, di mana variabel laten dibentuk oleh beberapa faktor yang tidak selalu saling berkorelasi. Ini dapat memberikan wawasan yang lebih bernuansa dan kaya tentang

bagaimana variabel tertentu dipengaruhi oleh berbagai faktor. Secara teoretis, model formatif menantang asumsi tradisional tentang hubungan antara indikator dan konstruk, mendorong pengembangan teori yang lebih dinamis dan kontekstual.

3.7.2 Inner Model

Model struktural atau inner model dalam PLS-SEM digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Inner model menggambarkan hubungan kausalitas yang dibangun berdasarkan teori substansial. Evaluasi model struktural dilakukan melalui berbagai uji statistik yang mengonfirmasi kekuatan dan signifikansi hubungan antar konstruk laten.²⁶⁴ Beberapa uji penting dalam model struktural mencakup pengujian R-Square, koefisien jalur, ukuran efek (*F-Square*), dan kapabilitas prediksi (*Q-Square*). Langkah pertama dalam evaluasi model struktural adalah menilai signifikansi hubungan antar konstruk laten. Koefisien jalur (*path coefficients*) menggambarkan kekuatan hubungan antar konstruk dan signifikansinya diuji melalui prosedur bootstrapping. Nilai t-statistik yang tinggi (umumnya lebih besar dari 1.96 untuk tingkat signifikansi 5%) dan p-values yang rendah (kurang dari 0.05) menunjukkan hubungan yang

²⁶⁴ Ganesh Dash dan Justin Paul, "CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting," *Technological Forecasting and Social Change* (Elsevier, 2021), doi:10.1016/j.techfore.2021.121092.

signifikan secara statistik.²⁶⁵

Langkah kedua adalah mengevaluasi nilai *R-Square* (R^2), yang merupakan koefisien determinasi pada konstruk endogen. R^2 mengukur seberapa besar variabilitas konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Menurut Chin (1998), nilai R^2 sebesar 0.67 dianggap kuat, 0.33 dianggap moderat, dan 0.19 dianggap lemah. Untuk menilai pengaruh substantif dari konstruk eksogen terhadap konstruk endogen, digunakan ukuran efek (f^2). Menurut Cohen (1988), nilai f^2 sebesar 0.02 dianggap kecil, 0.15 dianggap sedang, dan 0.35 dianggap besar.²⁶⁶

Selain itu, kapabilitas prediksi model dievaluasi menggunakan Q^2 *Predictive Relevance* (Q^2), yang diukur dengan prosedur *blindfolding*. Q^2 mengukur kemampuan model untuk memprediksi data observasi dan relevan hanya untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif. Nilai Q^2 sebesar 0.02 dianggap kecil, 0.15 dianggap sedang, dan 0.35 dianggap besar.

Untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan, digunakan *Goodness of Fit* (GoF). GoF adalah ukuran tunggal yang memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural. Nilai GoF dihitung sebagai akar kuadrat dari rata-rata communalities dikalikan

²⁶⁵ Adrian Leguina, *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, *International Journal of Research & Method in Education* (Taylor & Francis, 2015), xxxviii, doi:10.1080/1743727x.2015.1005806.

²⁶⁶ Marko Sarstedt et al., "Structural model robustness checks in PLS-SEM," *Tourism Economics*, 26.4 (2020), hal. 531–54, doi:10.1177/1354816618823921.

dengan rata-rata R^2 . Interpretasi nilai GoF adalah sebagai berikut: GoF sebesar 0.36 dianggap besar, 0.25 dianggap sedang, dan 0.1 dianggap kecil. Selain itu, Q^2 *predictive relevance* juga digunakan untuk memvalidasi model, dengan hasil Q^2 *predictive relevance* yang baik jika nilainya lebih besar dari 0, menunjukkan bahwa variabel laten eksogen merupakan variabel penjelas yang mampu memprediksi variabel endogen dengan baik.²⁶⁷

Secara keseluruhan, evaluasi model struktural dalam PLS-SEM melibatkan pengujian signifikansi dan kekuatan hubungan antar variabel laten, penilaian kemampuan model dalam menjelaskan variabilitas konstruk endogen, serta validasi kemampuan prediksi model. Prosedur-prosedur seperti bootstrapping, blindfolding, dan perhitungan koefisien determinasi (R^2) dan ukuran efek (f^2) digunakan untuk memastikan bahwa model yang dihasilkan valid dan reliabel. Dengan demikian, analisis ini memberikan dasar yang kuat untuk pengujian hipotesis dan interpretasi hubungan kausalitas dalam penelitian berbasis PLS-SEM.²⁶⁸

3.7.3 Uji Hipotesis

Analisis multivariat adalah metode statistik yang digunakan untuk mengolah variabel yang bervariasi dengan tujuan untuk mencari pengaruh dari berbagai variabel tersebut terhadap suatu objek secara bersamaan. Dalam analisis ini, variabel-variabel saling terkait dengan minimal satu variabel

²⁶⁷ Joe F. Hair Jr. et al., "PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use," *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1.2 (2017), hal. 107, doi:10.1504/ijmda.2017.087624.

²⁶⁸ Ringle, Sarstedt, dan Straub.

terikat (*dependent variable*) dan lebih dari satu variabel bebas (*independent variables*). Data yang digunakan dalam analisis multivariat dapat berupa data metrik atau non-metrik. Data metrik adalah data yang bersifat numerik atau berisi angka-angka yang dapat dilakukan perhitungan matematis, seperti nilai ujian, tingkat IQ, dan berat badan. Data metrik juga dikenal sebagai data numerik atau data kuantitatif.

SEM (*Structural Equation Modeling*) adalah salah satu teknik dalam analisis multivariat yang dapat menguji rangkaian hubungan yang kompleks dan biasanya sulit diukur secara bersamaan. SEM menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi (korelasi) untuk menguji hubungan antar variabel dalam sebuah model, baik antar indikator dengan konstruksinya maupun hubungan antar konstruk. SEM berbasis kovarian biasanya digunakan untuk menguji kausalitas atau teori yang sudah ada.²⁶⁹

PLS (*Partial Least Square*) adalah salah satu pendekatan dalam SEM yang berbasis komponen atau varian. PLS merupakan alternatif dari SEM berbasis kovarian dan lebih fokus pada prediksi model daripada pengujian teori. PLS-SEM mengutamakan pendekatan berbasis varian yang memungkinkan analisis pada model yang lebih kompleks dan mencakup banyak konstruk, indikator, dan hubungan antar model.

Penggunaan SEM-PLS direkomendasikan ketika analisis bertujuan untuk menguji kerangka teoritis dari perspektif

²⁶⁹ Dash dan Paul.

prediksi, ketika model struktural bersifat kompleks dan mencakup banyak konstruk, indikator, serta hubungan model. SEM-PLS juga cocok digunakan ketika tujuan penelitian adalah untuk memahami peningkatan kompleksitas dengan mengeksplorasi ekstensi teoretis dari teori-teori yang ada, serta ketika model mencakup konstruk yang diukur secara formatif atau ketika penelitian melibatkan rasio keuangan atau jenis data serupa. Dengan menggunakan SEM-PLS, peneliti dapat mengatasi kompleksitas dalam model penelitian dan memperoleh hasil yang lebih robust dalam konteks prediksi dan pengembangan teori, memungkinkan analisis yang lebih fleksibel dan komprehensif, terutama saat berhadapan dengan model yang rumit dan data yang beragam.²⁷⁰

Penggunaan SEM-PLS sangat direkomendasikan dalam beberapa situasi khusus. Pertama, SEM-PLS ideal digunakan untuk pengujian kerangka teoritis dari perspektif prediksi, yakni ketika analisis bertujuan untuk memahami dan memprediksi daripada hanya menguji teori yang ada. Kedua, SEM-PLS sangat berguna ketika model struktural yang digunakan bersifat kompleks dan mencakup banyak konstruk, indikator, serta hubungan antar model. Ketiga, metode ini juga cocok untuk penelitian yang bertujuan mengeksplorasi dan memperluas teori-teori yang ada dengan pendekatan yang lebih kompleks. Keempat, SEM-PLS direkomendasikan ketika model jalur mencakup satu atau lebih konstruk yang diukur

²⁷⁰ Sandra Streukens dan Sara Leroi-Werelds, "Bootstrapping and PLS-SEM: A step-by-step guide to get more out of your bootstrap results," *European Management Journal*, 34.6 (2016), hal. 618–32, doi:10.1016/j.emj.2016.06.003.

secara formatif. Terakhir, penggunaan SEM-PLS sangat sesuai untuk penelitian yang melibatkan rasio keuangan atau jenis data serupa, di mana pendekatan ini dapat menangani berbagai jenis data dengan lebih fleksibel dan memberikan hasil prediksi yang robust.²⁷¹

Analisis multivariat adalah metode statistik yang digunakan untuk mengolah berbagai variabel dengan tujuan mencari pengaruh dari variabel-variabel tersebut terhadap suatu objek secara bersamaan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menilai hubungan yang kompleks antara variabel-variabel yang saling terkait, di mana setidaknya ada satu variabel terikat (*dependent variable*) dan lebih dari satu variabel bebas (*independent variables*). Dalam analisis multivariat, data yang digunakan dapat berupa data metrik atau non-metrik. Data metrik bersifat numerik atau berisi angka-angka yang memungkinkan perhitungan matematis, seperti nilai ujian, tingkat IQ, dan berat badan, dan sering kali disebut sebagai data numerik atau data kuantitatif.

Salah satu teknik dalam analisis multivariat yang sangat populer adalah Structural Equation Modeling (SEM). SEM digunakan untuk menguji rangkaian hubungan kompleks yang sulit diukur secara bersamaan. SEM menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi (korelasi) untuk menguji hubungan antar variabel dalam sebuah model, baik antar indikator dengan konstruksinya maupun hubungan antar konstruk. Dengan SEM,

²⁷¹ Rigdon, Sarstedt, dan Ringle.

peneliti dapat memodelkan hubungan kausalitas yang kompleks dan menguji teori yang sudah ada dengan lebih mendalam.

SEM Berbasis Kovarian

SEM berbasis kovarian biasanya digunakan untuk menguji kausalitas atau teori yang sudah mapan. Metode ini memerlukan asumsi distribusi normal data dan biasanya memerlukan ukuran sampel yang lebih besar dibandingkan dengan pendekatan berbasis varian seperti PLS-SEM. SEM berbasis kovarian sangat tepat digunakan ketika tujuan penelitian adalah untuk mengkonfirmasi model teoritis dan ketika hubungan kausal yang jelas perlu diuji. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian yang memerlukan validasi teori yang ketat dan pengukuran yang presisi.

PLS-SEM

Partial Least Square (PLS) adalah salah satu pendekatan dalam SEM yang berbasis komponen atau varian. PLS merupakan alternatif dari SEM berbasis kovarian dan lebih berfokus pada prediksi model daripada pengujian teori. PLS-SEM mengutamakan pendekatan berbasis varian yang memungkinkan analisis pada model yang lebih kompleks, mencakup banyak konstruk, indikator, dan hubungan antar model. PLS-SEM lebih fleksibel dalam hal persyaratan data, seperti tidak memerlukan asumsi distribusi normal, sehingga dapat digunakan dengan ukuran sampel yang lebih kecil.

Penggunaan SEM-PLS direkomendasikan ketika analisis bertujuan untuk menguji kerangka teoritis dari perspektif prediksi, ketika model struktural bersifat kompleks dan

mencakup banyak konstruk, indikator, serta hubungan model. SEM-PLS juga cocok digunakan ketika tujuan penelitian adalah untuk memahami peningkatan kompleksitas dengan mengeksplorasi ekstensi teoretis dari teori-teori yang ada, serta ketika model mencakup konstruk yang diukur secara formatif atau ketika penelitian melibatkan rasio keuangan atau jenis data serupa.

Situasi Khusus untuk Penggunaan SEM-PLS

Pengujian Kerangka Teoritis dari Perspektif Prediksi: SEM-PLS ideal digunakan untuk memahami dan memprediksi fenomena daripada sekadar menguji teori yang ada. Misalnya, dalam penelitian pemasaran, SEM-PLS dapat digunakan untuk memprediksi perilaku konsumen berdasarkan berbagai faktor seperti kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan loyalitas.

Model Struktural yang Kompleks: SEM-PLS sangat berguna ketika model struktural bersifat kompleks dan mencakup banyak konstruk, indikator, serta hubungan antar model. Model kompleks sering kali memerlukan pendekatan yang dapat menangani banyak variabel dan interaksi, yang dapat difasilitasi oleh fleksibilitas SEM-PLS.

Eksplorasi dan Ekstensi Teori: Metode ini cocok untuk penelitian yang bertujuan mengeksplorasi dan memperluas teori-teori yang ada dengan pendekatan yang lebih kompleks. Dengan SEM-PLS, peneliti dapat menguji model baru atau memperluas model yang sudah ada dengan menambahkan variabel baru atau mengubah hubungan antar variabel.

Konstruk Formatif: SEM-PLS direkomendasikan ketika model jalur mencakup satu atau lebih konstruk yang diukur

secara formatif. Pada model formatif, indikator dianggap sebagai penyebab atau pembentuk variabel laten, dan SEM-PLS dapat menangani model semacam ini dengan lebih baik dibandingkan SEM berbasis kovarian.

Penelitian dengan Rasio Keuangan: SEM-PLS sangat sesuai untuk penelitian yang melibatkan rasio keuangan atau jenis data serupa, di mana pendekatan ini dapat menangani berbagai jenis data dengan lebih fleksibel dan memberikan hasil prediksi yang robust.

