

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2016) metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya dan digunakan untuk menginvestigasi pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini berlandaskan paradigma positivisme yang menekankan pentingnya metode ilmiah yang konkret, terukur, obyektif, rasional, dan sistematis. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan ataupun pengaruh dari *Social Media Marketing* terhadap *Visit intention* yang dimediasi oleh *Destination image*

3.2 Lokasi/Objek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Dino Park Jawa Timur Park 3 yang terletak di Jl. Raya Ir. Soekarno No. 144, Desa Beji, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi merujuk pada suatu area generalisasi yang terdiri dari berbagai objek atau subjek yang memiliki jumlah dan ciri khas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diselidiki, dan dari situ kesimpulan dapat diambil (Sugiyono, 2016). Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya karena terlalu banyak. Populasi yang dimaksud pada penelitian ini adalah calon wisatawan yang akan berkunjung ke Dino Park.

Sampel merupakan anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus (Ferdinand, 2014). Rumus ini digunakan Ketika populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus ini mengharuskan pengalinya antara 5 hingga 10 kali jumlah

indikator. Penelitian ini menggunakan 11 indikator yang digunakan, sehingga perhitungannya sebagai berikut:

Jumlah Indikator $11 \times 10 = 110$ responden. Berdasarkan rumus Ferdinand (2014), maka diperoleh bahwa jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 110 orang.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016) *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel *non-random sampling* yang mana peneliti menentukan sampel yang akan diambil dengan cara memberikan karakteristik khusus yang sesuai untuk menjawab permasalahan dari peneliti. Metode pengambilan sampel ini dipilih untuk memudahkan pelaksanaan riset dengan alasan responden yang digunakan yaitu calon wisatawan yang akan berkunjung ke Dino Park. Adapun kriteria yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Menggunakan media sosial Instagram/Tiktok
- 2) pernah melihat konten @dinoparkjtp_3 di Tiktok/Instagram
- 3) Belum pernah mengunjungi Dino Park
- 4) Berencana untuk mengunjungi Dino Park

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data primer menurut Sugiyono (2016) adalah data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data atau dalam hal ini seorang peneliti. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data yang berasal dari kuesioner. Data kuesioner digunakan sebagai data utama untuk memperoleh data terkait dengan variabel yang telah ditentukan untuk diolah dan kemudian dapat diketahui pengaruh dari setiap variabel. Pada penelitian ini kuesioner berkaitan tentang variabel-variabel penelitian yaitu *social media marketing, destination image, visit intention*.

Menurut Sugiyono (2016) kuesioner merupakan teknik yang digunakan untuk proses pengumpulan data dengan cara membagikan beberapa pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Pengisian kuesioner dilakukan dengan cara *self-complete* secara *online* melalui media *google form*. Kuesioner dibagikan

melalui *google form* sehingga lebih mempermudah peneliti memperoleh data dan juga dengan skala yang lebih luas.

3.5 Penskalaan Data

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya *interval* yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Penulis dalam melakukan skala pengukuran yaitu diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam skala Likert, yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari *kuesioner* dengan cara memberikan bobot dari setiap pertanyaan berdasarkan skala Likert.

Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (*kuesioner* atau *angket*). Data diukur dengan skala Likert 5 poin dengan rentang 1 sampai 5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Skala Likert digunakan untuk mengukur setuju atau tidak setuju terhadap subjek, objek atau kejadian tertentu. Setiap item dari *kuesioner* tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda sebagai berikut:

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert

No	Jawaban Item Pernyataan	Skor Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2016)

3.6 Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2016) menjelaskan definisi operasional variabel merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari objek serta kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Definisi operasional variabel melibatkan penentuan indikator atau tanda-tanda khusus yang digunakan untuk mengukur atau mengamati konsep yang ingin diteliti. Adapun variabel beserta operasionalnya akan dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
1.	<i>Visit intention</i> (Variabel Y) <i>visit intention</i> adalah keinginan untuk mengunjungi suatu tempat wisata	1. Niat untuk mengunjungi	a. Saya berniat mengunjungi destinasi wisata Dino Park dalam waktu dekat
		2. Kesiediaan untuk mengunjungi	b. Saya bersedia mengunjungi destinasi wisata Dino Park
		3. Akan mengunjungi destinasi wisata tujuan daripada destinasi wisata lain yang serupa	c. Saya lebih memilih untuk mengunjungi destinasi wisata Dino Park dibandingkan dengan destinasi wisata lain yang serupa.
		4. Berusaha Untuk Mengunjungi	d. Saya aktif mencari informasi tentang destinasi wisata Dino Park
2.	<i>Destination image</i> adalah gambaran mental individu mengenai suatu tempat wisata	1. <i>Cognitive image</i>	a. Destinasi wisata Dino Park memiliki wahana permainan yang beragam dan berkualitas b. Dino Park merupakan tempat wisata edukatif yang ideal untuk

No	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
			mempelajari sejarah dinosaurus
		2. <i>Affective Image</i>	<p>c. Dino Park merupakan destinasi wisata yang menyenangkan untuk dikunjungi</p> <p>d. Dino Park merupakan tujuan destinasi wisata yang menarik</p>
3.	<i>Social media marketing</i> adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan media sosial untuk meningkatkan kesadaran, daya ingat, pengakuan, dan tindakan untuk produk atau jasa, merek, bisnis, dan sebagainya	<p>1. <i>Entertainment</i></p> <p>2. <i>Interaction</i></p> <p>3. <i>Trendiness</i></p>	<p>a. Media sosial @dinoparkjtp_3 menampilkan konten edukasi dan hiburan yang edukatif dan menyenangkan</p> <p>b. Konten yang ditampilkan di media sosial @dinoparkjtp_3 tampak menarik</p> <p>c. Konten media sosial @dinoparkjtp_3 memungkinkan interaksi atau diskusi dengan pengguna lain</p> <p>d. Saya dapat dengan mudah menyampaikan pendapat melalui media sosial @dinoparkjtp_3</p> <p>e. Konten yang ditampilkan di media sosial @dinoparkjtp_3 mengikuti tren terkini</p> <p>f. Konten sosial media @dinoparkjtp_3 selalu menyediakan</p>

No	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
			informasi wisata terbaru dan terkini.
		4. <i>Informativeness</i>	<p>g. Konten media sosial @dinoparkjtp_3 menyajikan informasi yang bermanfaat dan menyeluruh seputar destinasi wisata, seperti harga tiket, jam buka, dan wahana yang tersedia</p> <p>h. Konten media sosial @dinoparkjtp_3 menyajikan informasi yang akurat mengenai destinasi wisata</p>
		5. <i>E-WOM</i>	<p>i. Saya ingin menyampaikan informasi tentang merek, produk, atau layanan dari media sosial @dinoparkjtp_3 kepada teman-teman saya</p> <p>j. Saya ingin mengunggah konten media sosial @dinoparkjtp_3 di media sosial saya</p>

3.7 Analisis Rentang Skala

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan alat statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan metode mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sesuai dengan kenyataan, tanpa ada niatan untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Metode statistik deskriptif yang diterapkan mencakup penggunaan *mean* dan standar deviasi. Penggunaan analisis deskriptif dalam

penelitian ini difokuskan pada analisis pertanyaan tertutup, dengan metode analisis rentang skala.

Penentuan rentang skala dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

Rs = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Jawaban

Berdasarkan rumus rentang skala tersebut, peneliti dapat menghitung rentang skala dengan formula:

$$RS = \frac{110(5-1)}{5}$$

$$RS = 88$$

Adapun tabel rentang skala sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skor Rentang Skala

Rentang Skala	SMM	DI	VI
110-198	Sangat Rendah	Sangat Buruk	Sangat Rendah
199-287	Rendah	Buruk	Rendah
288-376	Normal	Normal	Normal
377-465	Tinggi	Baik	Tinggi
466-554	Sangat Tinggi	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Sumber: data primer, diolah (2024)

3.8 PLS-SEM Second Order Factor

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan teknik *Partial Least Squares* (PLS) sebagai metode analisis utama. SEM merupakan alat statistik multivariat yang memungkinkan peneliti untuk membangun dan menguji model hubungan kompleks antara variabel laten dan teramati. Penelitian ini menggunakan *higher-order constructs* (juga dikenal sebagai komponen hirarkis model dalam konteks PLS-SEM) (Kroonenberg & Lohmoller, 1990) memberikan kerangka kerja bagi para peneliti untuk memodelkan konstruk

pada dimensi yang lebih abstrak dimensi (disebut sebagai komponen tingkat tinggi) dan subdimensi yang lebih rendah. Dengan demikian, mereka memperluas konseptualisasi konstruk standar, yang biasanya bergantung pada satu lapisan abstraksi. Penelitian ini menggunakan jenis *embedded two-stage approach*.

Pendekatan dua-tahap tertanam menangani konstruk ini dalam proses dua langkah:

- 1) Tahap Satu: Mengevaluasi model pengukuran untuk setiap konstruk tingkat rendah secara individual.
- 2) Tahap Dua: Menggabungkan skor yang diperoleh dari konstruk tingkat rendah sebagai indikator dari konstruk tingkat tinggi, pada dasarnya memasukkan ke dalam model untuk konstruk tingkat tinggi.

Metode ini merupakan alternatif dari pendekatan indikator berulang dan menawarkan keuntungan seperti berpotensi mengurangi bias dan meningkatkan validitas pengukuran (*measurement validity*) dari konstruk tingkat tinggi.

3.9 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji *measurement model* digunakan dalam penelitian ini sebagai *outer model* untuk memastikan bahwa variabel dan instrumen pengukuran atau indikator yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai validitas dan reliabilitas yang memadai serta memastikan bahwa pengukuran yang dilakukan konsisten pada seluruh sampel yang digunakan dalam penelitian. Uji *measurement model* dalam analisis data menggunakan PLS-SEM terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah teknik pengujian yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran atau indikator dapat mengukur variabel yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dari setiap instrumen penelitian relevan dengan variabel yang diukur. Uji validitas terbagi menjadi dua yaitu uji validitas konvergen dan diskriminan.

A. *Convergent Validity*

Validitas konvergen adalah bagaimana konstruk berkorelasi secara positif dengan pengukuran lain pada konstruk yang sama. Validitas

konvergen dapat dilihat melalui nilai *outer loading* dan *average variance extracted* (AVE). Indikator akan dikatakan memiliki validitas yang baik ketika memiliki *outer loading* ≥ 0.708 dan nilai AVE ≥ 0.5 (Hair *et al.*, 2019)

B. Discriminant Validity

Validitas diskriminan adalah ukuran untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan sebuah ukuran konstruk dengan konstruk lain yang dapat dibandingkan. Nilai validitas diskriminan yang makin tinggi menunjukkan adanya keunikan konstruk dan dianggap mampu menunjukkan fenomena yang tidak dapat ditunjukkan oleh konstruk lainnya. Uji ini dapat membuktikan bahwa variabel yang diuji mampu mencerminkan suatu fenomena dari berbagai sisi yang secara umum diperiksa dengan membandingkan nilai AVE (*average variance extracted*) (Hair Jr. *et al.*, 2016)

Pengukuran validitas diskriminan terdapat 2 pendekatan yaitu *fornell and larcker criterion* dan *cross loading*. Pada *fornell and larcker criterion* nilai akar pangkat dari AVE akan dijadikan pembanding antar konstruk dan korelasi variabel dalam model dan model bisa dikatakan valid apabila akar kuadrat AVE pada setiap konstruk memiliki nilai yang lebih besar dari korelasi tertinggi dari konstruk lainnya. Pada pendekatan *cross loading* model dikatakan valid apabila hasil pengukuran *cross loading* konstruk ≥ 0.7 dan lebih tinggi apabila dibandingkan nilai *cross loading* lainnya (Hair Jr. *et al.*, 2016)

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengacu pada proses pengukuran konsistensi suatu instrumen dalam penelitian yang lebih dilakukan beberapa kali percobaan serta bagaimana instrumen tersebut bisa dipercaya untuk dipakai sebagai alat pengumpulan data. Ketidakkonsistenan pada skala pengukuran akan menyebabkan rendahnya reliabilitas dalam penelitian. Namun, ketika jawaban responden konsisten maka dapat dikatakan tingkat reliabilitasnya tinggi. Semakin tinggi nilai *cronbach's alfa* maka hasilnya akan semakin baik

karena uji reliabilitas yang didapat dari suatu variabel mengacu pada nilai *cronbach's alfa* yang dihasilkan. Estimasi reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach's alfa* dan *composite reliability*. Suatu instrument penelitian memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai *cronbach's alfa* ≥ 0.7 dan *composite reliability* ≥ 0.7 (Hair *et al.*, 2019)

3.10 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Analisis *inner model* bertujuan untuk mengevaluasi ketepatan model struktural yang telah dikembangkan. Beberapa indikator yang digunakan dalam evaluasi ini mencakup koefisien jalur (nilai β) yang menggambarkan hubungan antara variabel laten satu dengan yang lain, dan signifikansi hubungan (t-hitung) sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam konteks tingkat signifikansi antara variabel laten. Selain itu, dalam model struktural, penting juga untuk melaporkan uji multikolinearitas, nilai R-Square (R^2), Uji *Predictive Relevance* (Q^2), F-Square, *Model Fit* dan *PLS-Predict*.

3.10.1 Uji Multikolinearitas

Menurut (Hair *et al.*, 2019), asumsi atau syarat dari inner model dalam PLS-SEM adalah tidak adanya masalah multikolinearitas antar konstruk yang diukur menggunakan instrumen pengukuran dalam model penelitian. Uji multikolinearitas ditujukan untuk melihat hubungan/korelasi antara masing-masing variabel. Sebelum menilai hubungan struktural, kolinearitas harus diperiksa untuk memastikan bahwa kolinearitas tidak membiaskan hasil regresi. Nilai VIF di atas 5 merupakan indikasi adanya kemungkinan masalah kolinearitas di antara konstruk prediktor (Hair *et al.*, 2019). Namun, masalah kolinearitas juga dapat terjadi pada nilai VIF yang lebih rendah, yaitu 3-5 (Becker *et al.*, 2015; Mason & Perreault, 1991). Idealnya, nilai VIF harus mendekati 3 atau lebih rendah.

3.10.2 Koefisien Jalur

Dikarenakan terdapat variabel mediasi dalam penelitian maka dibutuhkan adanya uji mediasi untuk mengevaluasi apakah suatu variabel mediasi mempengaruhi hubungan antar variabel. Namun dikarenakan penelitian ini menggunakan latar belakang teori S-O-R maka penelitian ini

tidak dapat mengetahui kondisi poin pertama atau yang disebut sebagai *direct effect*. Uji mediasi *indirect effect* akan digunakan untuk menguji hubungan tidak langsung antara variabel independen dan variabel dependen melalui variabel mediasi dalam model penelitian dengan melihat nilai *t-statistic* dan *p-value* (Sarstedt & Cheah, 2019). Tujuannya adalah untuk menentukan apakah hubungan tidak langsung tersebut signifikan atau tidak. Dalam penelitian ini, *indirect effect* akan digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel berlandaskan teori S-O-R.

3.10.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam *inner model* PLS-SEM dilakukan dengan menggunakan teknik *bootstrapping* pada aplikasi SmartPLS. Setelah melakukan teknik *bootstrapping*, uji hipotesis dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur, *t-statistic*, dan *p-value* yang mana nilai koefisien jalur positif menunjukkan adanya hubungan positif antar dua variabel dan sebaliknya nilai negatif menunjukkan adanya hubungan antar variabel yang negatif (Hair Jr. *et al.*, 2016). Kemudian, nilai *t-statistic* yang lebih besar dari 1.96 dan *p-value* yang kurang dari 0.05 menunjukkan bahwa koefisien tersebut signifikan secara statistik dan dapat diandalkan (Hair Jr. *et al.*, 2016)

3.10.4 R-Square (R²)

R-Square merupakan suatu nilai yang mencerminkan sejauh mana variasi pada variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel eksogen yang terkait. Nilai ini menggambarkan tingkat kekuatan prediktif dari model jalur dan mengindikasikan sejauh mana model sesuai dengan data yang diperoleh. Nilai (R²) digunakan sebagai indikator kekuatan prediksi model dalam sampel yang digunakan. Nilai (R²) berkisar 0.25 (lemah), 0.50 (moderat), dan 0.75 (kuat) (Hair *et al.*, 2019). Nilai (R²) 0.90 dan lebih tinggi merupakan indikasi dari *overfit*

3.10.5 Predictive Relevance (Q²)

Predictive Relevance merupakan teknik yang menggabungkan hasil *cross-validation* dan fungsi *fitting* dengan prediksi dari variabel yang

diamati serta estimasi parameter konstruk dengan menggunakan prosedur *blindfolding* (Ghozali dan Latan, 2020). Ketika nilai $Q^2 > 0$, hal ini menandakan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik. Sebaliknya, jika nilai $Q^2 < 0$, itu menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediktif. Interpretasi nilai Q^2 *predictive relevance* dapat diberikan sebagai berikut: nilai 0 dianggap lemah, 0.25 dianggap moderat, dan 0.50 dianggap kuat (Hair *et al.*, 2019)

3.10.6 *Effect Size/F-Square*

F-Square atau *Effect Size* besarnya pengaruh antar variabel dalam penelitian. Nilai *F-Square* 0.02 sebagai kecil, 0.15 sebagai sedang, dan nilai 0,35 sebagai besar. Nilai kurang dari 0.02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek (Sarstedt & Cheah, 2019). Pengaruh besarnya pada variabel mediasi menggunakan *upsilon* (v) (Lachowicz *et al.*, 2018). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$B^2mx B^2Ym - x$$

Effect size mediasi dapat dihitung secara manual dari perkalian *path coefficient* dari variabel x terhadap z dikuadratkan dan z terhadap y dikuadratkan. Interpretasi nilai *statistic upsilon* (v) mengacu pada rekomendasi cohen dalam (Ogbeibu *et al.*, 2021) yaitu 0.175 (pengaruh mediasi tinggi), 0.075 (pengaruh mediasi medium) dan 0.01 (pengaruh mediasi rendah).

3.10.7 *Model Fit*

Model fit digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model salah satunya dapat dilihat dari nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*). Nilai ini merupakan ukuran *model fit* (kecocokan model) yaitu perbedaan antara matrik korelasi data dengan matrik korelasi taksiran model. Dengan demikian, hal ini memungkinkan menilai rata-rata besar perbedaan antara korelasi yang diamati dan yang diharapkan sebagai ukuran mutlak suatu kriteria (model) yang sesuai. *Model fit* dapat dikatakan cocok dengan data apabila nilai SRMR dibawah 0.08 (Hair *et al.*, 2021)

3.10.8 PLS-Predict

PLS-predict adalah fungsi yang digunakan untuk menilai kemampuan prediksi dari model yang dibuat dengan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dalam SmartPLS. Penilaian PLS-predict dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai MAE (*Mean Absolute Error*) dan RMSE (*Root Mean Squared Error*) pada PLS-SEM dengan LM (*Regression Model*) (Hair *et al.*, 2019)

Ketika membandingkan nilai RMSE (atau MAE) menggunakan pedoman sebagai berikut (Shmueli *et al.*, 2019):

- 1) Jika MAE dan RMSE pada PLS-SEM menghasilkan kesalahan prediksi untuk semua indikator, hal ini mengindikasikan bahwa model tersebut tidak memiliki kekuatan prediksi
- 2) Jika mayoritas indikator konstruk dependen dalam analisis PLS-SEM menghasilkan kesalahan prediksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan LM, hal ini mengindikasikan bahwa model tersebut memiliki kekuatan prediksi rendah
- 3) Jika minoritas (atau jumlah yang sama) indikator dalam analisis PLS-Sem menghasilkan kesalahan prediksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan LM, hal ini mengindikasikan kekuatan prediksi yang sedang
- 4) Jika tidak ada indikator dalam analisis PLS-SEM yang memiliki nilai RMSE (atau MAE) yang lebih tinggi dibandingkan dengan LM, maka model tersebut memiliki kekuatan prediksi yang tinggi