

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tempat atau lokasi penelitian di Jabodetabek (Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi) dengan objek penelitian yaitu para pengguna aplikasi Halodoc. Pemilihan lokasi penelitian memilih di Jabodetabek karena wilayah ini merupakan domisili para pengguna Halodoc terbesar di Indonesia. Selain itu, dikarenakan Jabodetabek merupakan salah satu wilayah dengan tingkat kasus COVID-19 tertinggi di Indonesia, sehingga memungkinkan masyarakat beralih layanan kesehatan *telemedicine* sebagai salah satu upaya preventif penyebaran COVID-19 sehingga peneliti tertarik untuk mencari responden Jabodetabek pengguna aplikasi Halodoc yang akan dijadikan sumber data primer. Penelitian dilakukan pada bulan Januari 2022-Juni 2022.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang meneliti populasi maupun sampel tertentu serta menggunakan analisa data yang bersifat kuantitatif maupun statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2019). Untuk mendapatkan data dari populasi yang sudah ditetapkan, dilakukanlah metode *survey* yaitu penyebaran angket atau kuesioner yang telah terstruktur kemudian disebarikan kepada responden yang telah ditentukan untuk mendapatkan data dan informasi yang spesifik. Dalam penelitian ini memerlukan data primer, dimana dalam data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung. Cara paling umum untuk mengumpulkan data primer untuk penelitian kuantitatif salah satunya adalah kuesioner (Hardani et al., 2020).

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kausal dan deskriptif. Jenis penelitian kausal dalam penelitian kuantitatif bertujuan melihat korelasi

variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya terdapat variabel independen serta dependen. Melalui variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2019). Sedangkan jenis penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan deskripsi antar variabel hingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak (Sugiyono, 2019).

Variabel yang diteliti pada penelitian ini, yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel *intervening*. Peneliti memasukkan variabel *intervening* dalam penelitian ini dikarenakan peneliti ingin mengembangkan model penelitian dengan memasukan variabel *intervening* antara variabel *dependent* dan *independent*.

Penelitian ini menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel *intervening* yang menjadi antara atau penyelang di antara hubungan variabel *independent* dan *dependent*. Variabel *independent* dalam penelitian ini yaitu, *service quality* dan *brand trust*. Kemudian variabel *dependent*, yaitu *repurchase intention*. Serta variabel *intervening* dalam penelitian ini yaitu, *customer satisfaction*.

### 3.3 Penentuan Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan seluruh objek yang menjadi pusat perhatian penelitian dalam ruang lingkup dan waktu yang ditentukan menjadi target atau sasaran penelitian (Sugiyono, 2019). Populasi pada penelitian ini mengacu pada pelanggan pengguna aplikasi Halodoc. Jenis populasi yang digunakan adalah populasi *infinite* (populasi tak terhingga), yaitu populasi yang memiliki objek dengan ukuran tidak terhingga yang karakteristiknya dikaji melalui *sampling* karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti pengguna dan sedang mempertimbangkan kembali menggunakan aplikasi Halodoc.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Husain dan Purnomo dalam penelitian *Hardani et al* (2020) sampel merupakan sebagian populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan *sampling*, dimana harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, dengan kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan untuk setiap unsur atau anggota populasi dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini sampel diambil berdasarkan pertimbangan tertentu yang pernah menggunakan aplikasi Halodoc :

1. Pengguna aplikasi Halodoc yang berdomisili di Jabodetabek. Pertimbangan ini digunakan karena wilayah Jabodetabek merupakan domisili para pengguna Halodoc terbesar di Indonesia.
2. Melakukan transaksi di Halodoc minimal satu kali dalam setahun.  
Pertimbangan ini dilakukan karena responden yang pernah bertransaksi menggunakan aplikasi Halodoc mampu memberikan informasi yang dilakukan untuk penelitian ini.
3. Responden yang menggunakan aplikasi Halodoc dengan usia minimal 17 tahun.

Pertimbangan ini dilakukan karena responden dengan usia 17 tahun keatas mampu memahami pertanyaan yang terdapat dalam

kuesioner serta didukung dengan penelitian Dharma (2015) yang menjelaskan bahwa anak usia 17 tahun dianggap telah dewasa dan dapat bertanggung jawab terhadap diri sendiri dan perbuatannya.

Pada penelitian ini menggunakan teknik modeling statistik Structural Equation Modeling (SEM). Dikarenakan menggunakan SEM, maka sampel yang diambil tidak boleh kecil karena SEM bergantung pada pengujian-pengujian terhadap ukuran sampel dan perbedaan *covarians*.

Menurut Hair *et al* (2017) mengatakan bahwa ukuran sampel minimal yang direkomendasikan berkisar 100-300 sample dalam penggunaan teknik modeling statistik *Structural Equation Modeling* (SEM). Selanjutnya dijelaskan secara teori, buat berukuran sampelnya berkisar antara 200 - 400 untuk model-model yang memiliki indikator antara 10 - 15. Satu survei terhadap 72 penelitian yang memakai SEM ditemukan median berukuran sampel sebesar 198. Jika sampel dibawah 100 akan kurang baik hasilnya Bila menggunakan SEM menurut Sarwono (2010), berdasarkan pernyataan sebelumnya maka peneliti menetapkan untuk pengambilan sampel di penelitian ini dipergunakan dengan minimal 200 sample karena jumlah tersebut mendekati angka minimal kondisi jumlah responden dan sample pada penelitian ini menggunakan 245 sample serta untuk memudahkan analisis data memakai LISREL dan menghindari kesalahan data.

Memartabatkan Bangsa

**Tabel III. 1 Jumlah Responden Penelitian Relevan**

Peneliti	Jumlah Sampel	Teknik Pemilihan Sampel	Tempat Penelitian	Metode
(Kresnamurti Rivai P et al., 2019)	200	<i>Purposive Sampling</i>	Mahasiswa Fe Universitas Negeri Jakarta	SEM
(Wiradarma & Respati, 2020)	80	<i>Purposive Sampling</i>	Denpasar	Path Analysis
(Sumara & Salim, 2020a)	190	<i>Purposive Sampling</i>	Jakarta	SEM
(Putri et al., 2018)	100	<i>Purposive Sampling</i>	Palembang	SEM
(Subawa, 2020)	160	<i>Purposive Sampling</i>	Denpasar	<i>Linear Regression Test</i>
(Sari, 2020)	105	<i>Purposive Sampling</i>	Denpasar	SEM
(Saleem et al., 2017)	383	<i>Purposive Sampling</i>	Pakistan	SEM
(‘Aini, 2018)	160	<i>Purposive Sampling</i>	Aceh	SEM
(Satrya & Rachmat, 2020)	200	<i>Purposive Sampling</i>	Surabaya	SEM

Sumber: Data Diolah Peneliti (2022)

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara mengumpulkan data langsung dari responden yang memenuhi kriteria yang biasanya menggunakan sumber primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul dalam artian khusus memberikan data kepada pengumpul data untuk mengatasi masalah penelitian (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data angket atau kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data dengan efisien bila

peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Hal yang mendukung peneliti menggunakan teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner karena kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas untuk mempermudah keputusan penelitian (Sugiyono, 2019).

Menurut Arikunto (2014) dalam menentukan jumlah pernyataan suatu angket dimana semua indikator sudah terwakili dalam pernyataan, sekurang-kurangnya satu. Apabila indikator yang diungkap tidak terlalu banyak, setiap indikator sebaiknya dinyatakan lebih dari satu kali, yang terpenting adalah bahwa jumlah pertanyaannya jangan terlalu banyak sehingga waktu yang digunakan untuk mengisi hanya kurang lebih dari satu jam saja.

Berdasarkan beberapa pernyataan dan teori di atas, maka dalam penelitian ini, kuesioner akan disebarkan minimal kepada 200 responden yang memenuhi kriteria penelitian dan terisi 245 sampel serta melalui *google form* dengan jumlah 34 pertanyaan, lalu akan disebarluaskan melalui media sosial seperti WhatsApp, Line, serta Instagram.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

#### 3.5.1 Variabel Dependen

Variabel *dependent* atau variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas pada penelitian Sugiyono (2019). Variabel *dependent* muncul sebagai akibat dari manipulasi suatu variabel yang dimanipulasikan dalam penelitian. Variabel *dependent* pada penelitian ini adalah *repurchase intention* (Y).

**Tabel III. 2 Operasional Variabel Dependen**

Definisi Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Repurchase Intention</i> (Y).	<i>Transactional interest</i>	<i>Interested to fly again with the same airline</i>	Adanya ketertarikan menggunakan kembali aplikasi Halodoc.	Lau <i>et al</i> (2020),

Menurut Kuan et al dalam (Tresna & Haidysirly, 2019) kesempatan atau keinginan konsumen untuk terus menggunakan dan melakukan perilaku pembelian ulang pada website yang sama.		<i>Want to fly fly again with the same airline</i>	Adanya keinginan menggunakan kembali aplikasi Halodoc.	Nawi et al (2019) dan Saputra (2017)
	<i>Referential interest</i>	Saya mau untuk mereferensikan Go-Jek kepada kerabat saya	Bersedia merekomendasikan aplikasi Halodoc kepada orang lain.	
		Jika teman mengalami kendala dalam transportasi saya mudah menyebutkan go-jek sebagai solusi bagi mereka	Bersedia merekomendasikan aplikasi Halodoc sebagai solusi, jika teman mengalami masalah kesehatan.	
	<i>Preferential interest</i>	Go-Jek adalah pilihan pertama saya dalam memilih layanan transportasi online	Halodoc merupakan pilihan pertama dalam memilih layanan kesehatan online.	
		Go-jek adalah pilihan pertama saya dalam mereferensikan layanan transportasi online kepada teman	Halodoc merupakan pilihan pertama dalam mereferensikan layanan kesehatan online kepada orang lain.	
	<i>Explorative interest</i>	Mencari informasi Go-Jek menyenangkan bagi saya	Adanya ketertarikan mencari informasi mengenai aplikasi Halodoc.	
		Menemukan keuntungan dalam menggunakan Go-Jek adalah menyenangkan bagi saya	Manfaat yang didapatkan ketika menggunakan aplikasi Halodoc menjadi nilai tambah.	

Sumber: Data Diolah Peneliti (2022)

### 3.5.2 Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga

variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen menurut Sugiyono (2019). Pada penelitian ini variabel *intervening* adalah *Customer Satisfaction (Z)*.

**Tabel III. 3 Operasional Variabel *Intervening***

Definisi Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<p><i>Customer satisfaction (Z)</i></p> <p>Menuru (Kotler &amp; Armstrong, 2018) kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk.</p>	Keinginan maupun harapan konsumen untuk tetap menggunakan jasa.	Saya selalu senang menggunakan layanan pesan makanan atau minuman di GrabFood.	Adanya perasaan senang menggunakan aplikasi Halodoc.	Suneni <i>et al</i> (2019)
		Saya akan memberikan penilaian (kritik dan saran) apabila makanan atau minuman yang saya beli tidak sesuai dengan apa yang saya harapkan.	Bersedia memberikan penilaian apabila aplikasi Halodoc tidak sesuai yang diharapkan.	
	Keinginan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain.	Saya selalu merekomendasikan kepada teman, keluarga dan kerabat agar memesan makanan atau minuman di GrabFood.	Selalu merekomendasikan kepada kerabat agar menggunakan aplikasi Halodoc.	
		Saya selalu menceritakan pengalaman positif kepada teman, keluarga dan kerabat tentang GrabFood.	Selalu menceritakan pengalaman positif kepada kerabat tentang aplikasi Halodoc.	
Puas atas kualitas pelayanan yang diberikan.	Pelayanan yang diberikan setiap memesan makanan atau minuman di GrabFood lebih baik dibandingkan dengan aplikasi lain.	Pelayanan yang diberikan saat menggunakan aplikasi Halodoc lebih baik dibandingkan		

			dengan aplikasi kesehatan ( <i>telemedicine</i> ) lain.
		Pelayanan driver GrabFood setiap mengantar makanan atau minuman memuaskan.	Seluruh pelayanan menggunakan aplikasi Halodoc memuaskan.

Sumber: Data Diolah Peneliti (2022)

### 3.5.3 Variabel Independen

Variabel *independent* atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2019). Variabel *independent* atau bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X. Variabel *independent* pada penelitian ini adalah *service quality* ( $X_1$ ) dan *brand trust* ( $X_2$ ).

**Tabel III. 4 Operasional Variabel Independen**

Definisi Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<b><i>E-Service Quality</i> (<math>X_1</math>)</b>  Menurut Santos dalam penelitian (Wiryana & Erdiansyah, 2020) e-service quality sebagai keseluruhan penilaian dan evaluasi konsumen terhadap keunggulan dan pelayanan yang	<i>Efficiency</i>	Tampilan aplikasi mudah	Tampilan menu pada aplikasi Halodoc mudah digunakan.	Billyarta, (2021), Ekowati <i>et al</i> (2018), Tjiptono dan Chandra (2016),
		Metode pembayaran mudah	Aplikasi Halodoc memiliki sistem pembayaran yang mudah.	
	<i>Reliability</i>	Teroganisasi dengan baik	Aplikasi Halodoc dapat berfungsi dengan baik tanpa gangguan sistem.	
		Informasi akurat	Dokter pada aplikasi	

diberikan pada e-commerce.			Halodoc memberikan penjelasan secara akurat.
	Fulfillment	Produk yang diperoleh sesuai dengan deskripsi produk	Produk yang dibeli pada aplikasi Halodoc memiliki kondisi fisik yang baik saat diterima.
		Akurasi janji layanan	Sesi konsultasi pada aplikasi Halodoc sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
	Privacy	Data transaksi konsumen terlindungi	Aplikasi Halodoc menjaga informasi dalam proses transaksi pembayaran.
		Kerahasiaan data konsumen	Aplikasi Halodoc menjaga keamanan data <i>customer</i> .
	Responsiveness	Respon tepat & cepat	Dalam menjawab pertanyaan, dokter pada aplikasi Halodoc sangat cepat memberikan solusi
		Penanganan masalah dengan cepat	Halodoc menangani permasalahan keluhan customer dengan sangat baik.
	Compensation	Return dana	Halodoc dalam melakukan pengembalian

			dana sangat cepat.	
		Subsidi ongkir	Adanya pengembalian biaya pengiriman oleh Halodoc, apabila produk yang diterima tidak sesuai.	
	<i>Contact</i>	<i>Call Center 24 jam</i>	<i>Customer</i> dapat dengan mudah menghubungi <i>Customer service</i> Halodoc	
		<i>Customer service</i> yang baik dan cepat	<i>Customer service</i> Halodoc selalu merespon keluhan pelanggan dengan tanggap.	
<p><i>Brand Trust (X<sub>2</sub>)</i></p> <p>Menurut Chaudhuri and Holbrook dalam (Goh et al., 2016) mendefinisikan bahwa brand trust adalah atau dapat diartikan sebagai kesediaan konsumen rata-rata dengan mengandalkan kemampuan merek untuk menjalankan fungsinya dinyatakan.</p>	<i>Achieving result</i>	Memenuhi keinginan konsumen	Layanan yang diberikan Halodoc memberikan solusi bagi permasalahan <i>customer</i> .	Arista (2011)
			Halodoc sudah sesuai dengan harapan.	
	<i>Acting with integrity</i>	Memiliki integritas dalam tindakan dan ucapan	Halodoc berkomitmen terhadap kualitas layanan.	
			Pelayanan yang diberikan aplikasi Halodoc sesuai dengan apa yang di tawarkan.	
	<i>Demonstrate concern</i>	Kemampuan perusahaan untuk memberikan perhatiannya kepada pelanggan jika memiliki permasalahan dengan produk	Halodoc terbuka akan kritik dari <i>customer</i> demi peningkatan kualitas pelayanan.	

			Halodoc memberi kompensasi kepada <i>customer</i> ketika terjadi masalah pada pelayanannya.	
--	--	--	--	--

Sumber: Data Diolah Peneliti (2022)

### 3.6 Skala Pengukuran

Sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tercantum pada kuesioner, digunakan skala likert, yaitu skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” yang dipilih oleh responden untuk menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pertanyaan mengenai objek stimulus (Sugiyono, 2019).

Alasan peneliti menggunakan skala likert karena menurut Malhotra (2019), agar dapat memudahkan responden untuk menjawab kuesioner apakah sangat setuju atau tidak setuju yang sesuai dengan persepsi masyarakat. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Menurut Hartono (2017), dengan menggunakan skala likert dengan lima skala menjadikan kuesioner tersebut mampu mengakomodir jawaban responden yang bersifat netral atau ragu-ragu. Hal ini yang tidak terdapat dalam skala Likert dengan empat skala dimana jawaban yang bersifat netral atau ragu-ragu dihilangkan dalam kuesioner.

Dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, peneliti menggunakan skala peringkat Adapun nilai-nilai yang diberikan untuk setiap skala adalah:

Tabel III. 5 Bobot Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Setuju	5	SS
Setuju	4	S
Biasa Saja	3	BS
Tidak Setuju	2	TS
Sangat tidak setuju	1	STS

Sumber: (Sugiyono, 2019)

### 3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis digunakan untuk menginterpretasikan serta menarik kesimpulan dari data-data yang telah terkumpul. Peneliti menggunakan software SPSS Versi 23 dan SEM yang terdapat pada *software* Lisrel versi 8.80 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dalam penelitian ini dikarenakan untuk menguji uji validitas serta uji reliabilitas. Penggunaan SEM dipilih sebab dinilai lebih akurat, menurut Latan, Ghozali, Jogiyanto dan Wijaya dalam buku Haryono (2016) metode SEM memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi bagi peneliti untuk menghubungkan antara teori dengan data serta mampu menguji kesalahan pengukuran (*measurement error*) untuk variabel yang teramati (*observed*) dan dapat membuat model dengan banyak variabel. Penggunaan software Lisrel versi 8.80 untuk mengolah dan menganalisis data SEM dikarenakan kemampuan software Lisrel mengidentifikasi hubungan antara variabel yang kompleks. Cara mengoperasikannya yang terdiri dari berbagai pilihan, mulai dengan *syntax* maupun dengan program sederhana.

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis naratif artinya analisis yang dilakukan buat menggambarkan setiap jawaban yang diberikan responden melalui informasi lapangan yang telah didesain sang peneliti. Statistik deskriptif ialah bagian dari analisis data yang memberikan gambaran awal setiap variabel yang digunakan pada penelitian. Analisis

deskriptif pada hal ini diantaranya penyajian data melalui tabel atau grafik, perhitungan data dengan memakai frekuensi serta penggunaan persentase.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah suatu pengukuran buat menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias (bebas kesalahan *-error free*). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi tidaknya jawaban seseorang terhadap buah-buah pertanyaan didalam sebuah kuesioner. Sebuah kuesioner bisa dikatakan reliabel apabila instrumen-instrumen yang ada tetap konsisten atau stabil pada akibat yang relatif sama meskipun pengukuran tersebut diulang kembali (Haryono, 2016)

Pada penelitian ini untuk uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Jumlah pernyataan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians

$\sigma_t^2$  = Varians total

Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu menggunakan memakai rumus Cronbach Alpha. Cronbach Alpha artinya ukuran reliabilitas yang berkisar berasal 0 hingga 1, menggunakan nilai 0,60 hingga 0,70 dan dianggap sebagai batas terendah penerimaan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > dari 0,6 (Arikunto, 2014)

Jika alpha rendah, maka beberapa butir pertanyaan angket tidak valid, sehingga pertanyaan angket yang tidak valid bisa kita buang. Reliabilitas butir diuji dengan melihat koefisien *alpha* dengan melakukan *reliability analysis* dengan SPSS versi 23.

### 3.7.3 Uji Validitas

Untuk menganalisis data pada penelitian ini menggunakan *exploratory factor analysis* (EFA) dan *confirmatory factor analysis* (CFA). *Exploratory factor analysis* (EFA) digunakan untuk membuktikan pengelompokan butir-butir instrumen menjadi kelompok-kelompok atau faktor-faktor yang diinginkan peneliti atau sesuai dengan teori. Menurut (Malhotra, 2019) *Exploratory factor analysis (EFA)* pula berfungsi buat memilih apakah data yang dikumpulkan bisa diuji dengan uji faktor analisis selanjutnya bila nilai *KMO and Bartlett's test* serta analisis *anti-image correlation* memenuhi syarat. *KMO and Bartlett's test* dipergunakan untuk menentukan apakah sampel yang dipergunakan mencukupi buat dilakukan analisis faktor, adapun nilai-nilai *anti-image correlation* dipergunakan buat menentukan apakah semua butir instrumen dapat dipergunakan pada penelitian selanjutnya. Apabila hasil analisis menunjukkan bahwa nilai  $KMO > 0,05$  maka sampel yang digunakan sudah mencukupi untuk dilakukan analisis faktor, dan nilai-nilai *antiimage correlation*  $> 0,40$  menunjukkan bahwa butir-butir dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Menurut Hair *et al* (2017) validitas konstruk memberikan bukti bahwa akibat pengukuran yang dapat ditafsirka sesuai menggunakan definisi, atau instrumen yang mengungkap kemampuan yang diukur. Validitas instrumen berdasarkan data empirik dianalisis memakai analisis faktor konfirmatori. Validitas konstruk dibuktikan menggunakan menggunakan data *loading factor* yang diperoleh dari CFA. Suatu variabel observasi dinyatakan

valid jika mengukur variabel laten apabila besarnya muatan faktor lebih besar dari 0,3.

Pada penelitian ini, uji validitas *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dengan model Pengukuran *First Order* dengan menggunakan bantuan software LISREL 8.8

#### 3.7.4 Uji Kesesuaian Model

Beberapa langkah untuk menguji apakah model SEM layak atau tidak. Pertama, adalah dengan menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak bisa terjadi pada bagian model struktural atau pada model pengukuran. Menurut Haryono (2016), mengelompokkan *Goodness-of-Fit* yang ada menjadi tiga bagian yaitu:

1. *Absolute Fit Indices* (Ukuran Kecocokan Absolut)

Menurut Wijanto dalam (Haryono, 2016) ukuran untuk *absolute fit indices* dengan menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian. Pada *absolute fit indices* ini mengandung ukuran-ukuran yang mewakili sudut pandang *overall fit*. Dalam *absolute fit indices* memberikan penilaian dasar tentang seberapa baik dalam teori peneliti cocok dengan data sampel.

Dari berbagai ukuran *Absolute Fit Indices*, ukuran yang biasanya digunakan untuk mengevaluasi SEM yaitu:

a) *Goodness of Fit Index (GFI)*

GFI dapat diklasifikasikan sebagai ukuran kecocokan absolut, karena pada dasarnya GFI membandingkan model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali ( $\Sigma(\Theta)$ ). Nilai indeks keselarasan (*goodness of fit index*) yang besarnya berkisar antara **0** (*poor fit*) sampai **1** (*perfect fit*). **GFI > 0.90** merupakan *good fit* (kecocokan yang baik), sedangkan **0.80 < GFI < 0.90** sering disebut sebagai *marginal fit*.

b) *Root Mean Square Residual (RMR) / (RMSR).*

RMR mewakili nilai rerata residual yang diperoleh dari mencocokkan matrik varian-kovarian dari model yang dihipotesiskan dengan matrik varian-kovarian dari data sampel. Residual-residual ini adalah relatif terhadap ukuran dari varian-kovarian teramati, sehingga sukar diinterpretasikan. Standardized RMR mewakili nilai rerata seluruh standardized residuals, dan mempunyai tentang dari 0 ke 1. Model yang mempunyai kecocokan baik (*good fit*) akan mempunyai nilai Standardized **RMR/RMSR  $\leq$  0.05**.

c) *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

*Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)* merupakan salah satu indeks yang informatif dalam SEM. Nilai **RMSEA < 0,05** menandakan *close fit*, sedangkan **0.05**

$\leq \text{RMSEA} < 0,08$  menunjukkan *good fit*, nilai **RMSEA** antara **0.08** sampai **0.10** menunjukkan *mediocre (marginal) fit*, serta nilai **RMSEA**  $\geq 0.10$  menunjukkan *poor fit*.

## 2. *Incremental Fit Indices* (Ukuran Kecocokan Incremental)

*Incremental Fit Indices* adalah membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebut sebagai *null model* atau *independence model* dan *saturated model*. *Null model* merupakan model yang tingkat kecocokan model-data paling buruk (“*worst fit*”). *Saturated model* merupakan yang tingkat kecocokan model-data paling baik (“*best fit*”). Dari berbagai ukuran *Incremental Fit Indices*, ukuran yang biasanya digunakan untuk mengevaluasi SEM yaitu:

### a) *Adjust Goodness of Fit Index (AGFI)*

AGFI adalah perluasan dari GFI yang disesuaikan dengan

rasio antara degree of freedom dari *null / independence / baseline model* dengan *degree of freedom*. Seperti halnya

GFI, nilai AGFI berkisar antara 0 sampai 1 dan nilai AGFI

$> 0,90$  menunjukkan *good fit*. Sedangkan  $0,80 < \text{GFI} < 0.90$

sering disebut sebagai *marginal fit*.

b) *Tucker-Lewis Index / Non Normed Fit Index (TLI/NNFI)*

*TLI (Tucker-Lewis Index)* untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. Nilai TLI berkisar antara 0 sampai 1,0 dengan nilai **TLI > 0,90** menunjukkan ***good fit*** dan **0,80 < TLI < 0,90** adalah ***marginal fit***.

c) *Comparative Fit Index (CFI)*

CFI adalah indeks kecocokan inkremental yang merupakan versi perbaikan dari NFI. Nilai CFI akan berkisar dari 0 sampai 1. Nilai **CFI > 0,90** menunjukkan ***good fit***, sedangkan **0,80 < CFI < 0,90** sering disebut sebagai ***marginal fit***.

3. *Parsimonious Fit Indices (Ukuran Kecocokan Parsimony)*

Ukuran kecocokan parsimoni mengaitkan GOF model dengan jumlah parameter yang diestimasi, yakni yang diperlukan untuk mencapai kecocokan pada tingkat tersebut. Dalam hal ini, parsimoni dapat didefinisikan sebagai memperoleh *degree of fit*

(derajat kecocokan) setinggi-tingginya untuk setiap *degree of freedom*.

Kriteria uji GOF yang paling sering dipakai selalu memperhatikan keterwakilan dari tiga kelompok GOF, yaitu *absolut, incremental dan parsimoniusd*, dalam penelitian ini untuk menguji Kesesuaian Model akan menggunakan indeks-indeks yang dirangkum pada tabel sebagai berikut:

**Tabel III. 6 Goodness of Fit Index Statistic SEM**

No	Goodness of Fit Indices	Cut off Values
1	Significance probability ( <i>p</i> )	$\geq 0,05$
2	GFI	$\geq 0,90$
3	RMR/RMSR	$\leq 0,05$
4	RMSEA	$0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,08$
5	AGFI	$\geq 0,09$
6	TLI/NNFI	$\geq 0,09$
7	CFI	$\geq 0,09$

Sumber: (Haryono, 2016)

Penelitian ini untuk menguji suatu hipotesis tentang hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang dikembangkan, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian yang dilakukan adalah uji parameter (uji korelasi) memakai uji t-statistik. Hal ini menunjukkan apakah dapat ada dampak antara masing-masing variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

### 3.7.5 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

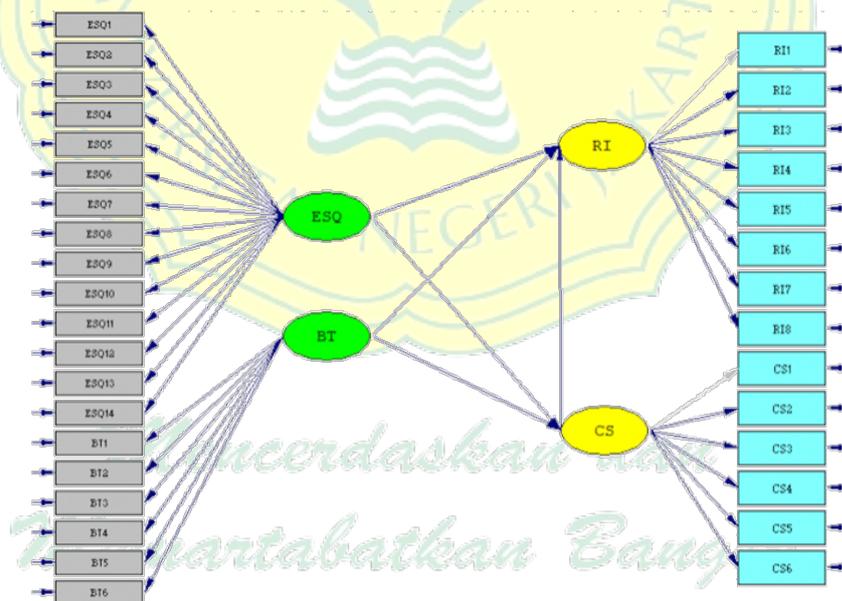
Analisis jalur (*path analysis*) dipergunakan untuk menyusun hipotesa hubungan sebab dampak diantara variabel dan menguji model-model karena dampak menggunakan memakai sistem persamaan linier yang dapat diukur besarannya. Menurut Sarwono (2011), ada beberapa asumsi yang perlu diperhatikan dalam analisis jalur yaitu:

1. Linieritas: SEM memiliki perkiraan adanya korelasi linear antara variabel-variabel indikator dan variabel-variabel laten.
2. Kesalahan residual yang tidak berkorelasi: kovarian nilai-nilai variabel tergantung yang diprediksi dan residual-residual sebanyak 0.
3. Pola hubungan antar variabel adalah rekursif: suatu model diklaim rekursif bila seluruh anak panah menuju satu arah berasal variabel independen ke dependen.
4. Data interval: data interval dipergunakan pada SEM, model-contoh SEM yang eksplisit ada sebab penggunaan data ordinal. Penggunaan data ordinal atau nominal akan mengecilkkan koefisien matriks korelasi yang dipergunakan dalam SEM. Jika data ordinal yang digunakan maka sebelum dianalisis dengan SEM, data wajib diubah ke interval menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)*.

### 3.7.6 Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis korelasi antara variabel ditunjukkan berasal nilai *standardized total effects* dimana akibat berasal analisis data akan mengetahui seberapa besar efek atau hubungan antar variabel. Kriteria pengujian menggunakan memperhatikan *t-values* antar variabel yang dibandingkan menggunakan nilai kritisnya (tabel). Nilai kritis untuk ukuran sampel besar ( $n > 30$ ) dengan taraf  $\alpha = 0.05$  yaitu sebesar 1.96. Apabila hubungan variabel yang memiliki *t-values*  $> 1.96$  maka dapat dikatakan hubungan variabel signifikan.

### 3.7.7 Model SEM



**Gambar III. 1 Diagram Conceptual Full Model**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)