

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipilih oleh peneliti guna dijadikan lokasi penelitian yakni konsumen yang pernah berbelanja *online* di DKI Jakarta. Dengan rentang waktu yang dipakai guna melangsungkan penelitian ini yakni bulan Juni 2022 hingga selesai.

3.2 Metode Penelitian

Desain metode yang bakal dimanfaatkan di pengujian ini yakni penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berdasarkan atas paradigma yang bisa didapatkan dalam data empiris dengan memanfaatkan sampel yang representatif berwujud sesuatu yang bisa diperhitungkan/angka. Penelitian kuantitatif memfokuskan ke dikumpulkannya serta analisis data berbentuk numerik sekaligus sifatnya objektif. Variabel-variabel penelitian kuantitatif bisa diidentifikasi serta interkorelasi variabel bisa diperhitungkan (Abdullah, 2015).

Penelitian ini bakal melangsungkan ujian ke efek dari variabel independen yakni *shopping orientation*, *sales promotion* terhadap variabel dependen yaitu *online trust* dan *purchase intention*

3.3 Populasi dan Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi yakni seluruh himpnan elemen yang jumlah karakteristiknya umum, yang mencakup sektor guna di teliti. Atau, populasi ialah seluruh kelompok dari orang-orang, peristiwa maupun barang-barang yang diinginkan oleh peneliti (Malhotra, 2019). Populasi yang bakal diuji di penelitian ini ialah masyarakat daerah sekitar DKI Jakarta yang pernah berbelanja *online* dan tertarik untuk berbelanja pada saat penjual memasarkan produknya di media sosial.

3.3.2 Sampel

Sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi subyek penelitian selaku "wakil" dari para anggota populasi. Selayaknya contoh titel penelitian yang pertama, tidak seluruh mahasiswa diuji (menjadi subjek=responden=sumber data), akan tetapi bisa dimanfaatkan sebagian guna menggantikannya. Selayaknya contoh yang kedua, artinya tidak seluruh konsumen menjadi responden penelitian, akan tetapi sejumlah konsumen guna bisa mewakilinya. Pengujian layaknya ini bernama penelitian sampling, menurut (Supardi, 2018).

Total sampel yang dimanfaatkan di pengujian ini menyelaraskan metode analisis yang dimanfaatkan yakni SEM, di metode SEM, total sampel yang diperlukan di penelitian minimal 5 kali total variabel indikator (Ferdinand,2018). Sementara total

indikator di penelitian ini sejumlah 20 indikator, hingga paling sedikit yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 20 x 5 maupun 100 sampel. Namun di pengujian *Chi Square* model SEM begitu sensitif dengan total sampel hingga total sampel yang baik untuk diteliti dalam model ini berkisar antara 200 guna menjauhi hal-hal yang tidak diharapkan.

Sementara kriteria yang diambil oleh peneliti saat memenuhi kriteria yang diperlukan saat menjalankan pengujian ini, yakni;

1. Tinggal di DKI Jakarta
2. Usianya 17 tahun ke atas
3. Pernah berbelanja *online* saat penjual *live streaming* di media sosial TikTok

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni sebuah proses dalam riset dimana peneliti menerapkan metode ilmiah dalam pengumpulan data secara sistematis untuk di analisa. Pengumpulan data juga merupakan salah satu cara atau teknik yang diusahakan oleh peneliti agar bisa menghimpun data yang berkaitan dengan kasus yang diuji (Ridwan, 2022).

Teknik pengumpulan data termasuk aspek terpenting karena saat melangsungkan sebuah penelitian membutuhkan data-data yang valid untuk mendapatkan sebuah hasil atau kesimpulan yang valid juga. Sebelum melakukan pengumpulan data peneliti harus

mempunyai suatu hipotesis yang nantinya bakal diperlukan oleh peneliti dengan empiris dalam penelitian yang dikerjakan, agar peneliti dapat memverifikasi tepat maupun salahnya hipotesis dari peneliti itu. Maka teknik mengumpulkan data ini wajib memakai langkah yang tepat.

Sebab, kekeliruan maupun ketidaksempurnaan di metode mengumpulkan data efeknya bakal fatal, yaitu berwujud data yang tidak kredibel, hingga temuan penelitiannya tidak dapat dipertanggungjawabkan. Temuan pengujian demikian begitu berbahaya, apalagi bila dimanfaatkan menjadi dasar pertimbangan guna mengambil kebijakan publik (Purnomo, 2018).

Wilson (2018) menyatakan bahwasanya data primer yakni data yang dihimpun oleh program pengamatan, penelitian kualitatif maupun kuantitatif baik dengan terpisah maupun di kombinasi guna mencukupi misi spesifik dari proyek riset pemasaran. Teknik metode angket ialah rangkaian maupun lis pernyataan yang dibentuk dengan sistematis, lalu dikirimkan guna diisi oleh responden, kemudian ditulis angketnya dan dikirimkan maupun dikembalikan ke petugas maupun peneliti (Bungin, 2019).

Data yang dimanfaatkan di penelitian ini yakni data primer. Metode yang akan dimanfaatkan saat melakukan penelitian ini untuk pengumpulan data yakni dengan memanfaatkan metode survei. Peneliti memanfaatkan kuesioner untuk metode survei yang sistematis

yang diserahkan kepada responden untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan berdasarkan pada pernyataan pernyataan pada kuesioner tersebut.

Penelitian ini memanfaatkan dua variabel independen yakni *shopping orientation* sebagai X1 dan *sales promotion* sebagai X2, dan dua variabel dependen yaitu *online trust* sebagai Y1 beserta *purchase intention* sebagai Y2

3.4.1 Variabel Penelitian

Definisi variabel bisa juga diartikan menjadi variasi dari sesuatu yang menjadi gejala penelitian. Gejala penelitian yakni sesuatu yang menjadi target penelitian. Selayaknya contoh di atas, prestasi belajar ialah target penelitian, maka prestasi belajar dianggap gejala. Bila gejala itu bisa diartikan, dikategorikan ke sejumlah aspek maupun tingkat, maka gejala itu yakni variabel penelitian. Jadi tidak seluruh gejala penelitian bisa dikategorikan ke sejumlah aspek maupun tingkat (Hadi, 2019).

Jenis – jenis variabel :

1. Variabel Kontinyu (*Continuous Variabel*)

Lain halnya dengan variabel diskrit yang fungsi datanya cuma menjadi label, maka variabel kontinyu termasuk data yang bisa dimanfaatkan guna operasi hitung. Data kontinyu yakni data yang didapat dari temuan hitungan maupun ukuran, hingga data tidak cuma berbentuk bilangan bulat, melainkan dapat berbentuk desimal,

misalnya 2,5 (Sugianto, 2016)

3.5 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

a. Variabel *Shopping Orientation*

Variabel	Indikator	Indikator hasil adaptasi	Sumber
<p><i>Online consumer behavior and its relationship with socio-demographics, shopping orientations, need for emotion, and fashion leadership. Journal of Business and Media Psychology (2011).</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Shopping is an adventure for me.</i> 2. <i>Great anticipation felt before I shop.</i> 3. <i>I need help from salespersons when shopping.</i> 4. <i>I need a retail outlet that is easy and fast to visit.</i> 5. <i>I want to be free from time when it comes to shopping.</i> 6. <i>When shopping, I will look for product information that is easy and fast.</i> 7. <i>I like to buy products with a high degree of popularity.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berbelanja <i>online</i> pada saat penjual melakukan <i>livestreaming</i> adalah hal yang menyenangkan. 2. Belanja <i>online</i> pada saat penjual melakukan <i>live</i> produknya lebih terjamin. 3. Penjual memberikan akses yang mudah untuk berbelanja. 4. Belanja <i>online</i> pada saat penjual <i>livestreaming</i> tidak perlu keluar rumah. 5. Belanja <i>online</i> bisa dikerjakan kapan pum. 6. Belanja <i>online</i> ketika penjual <i>livestreaming</i> prosesnya lebih mudah. 7. Saya hanya belanja di sebuah toko saja dengan merek yang serupa. 	<p>(Burkolter dan Kluge, 2018), 2(2), 20–28.</p>

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

b. Variabel *Online Trust*

Variabel	Indikator	Indikator hasil adaptasi	Sumber
Role of electronic trust in <i>online</i> retailing A re-examination of the commitment-trust theory. <i>European Journal of Marketing</i> . (2007).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I trust the security of this website for transaction.</i> 2. <i>Caution is needed to transact on this website.p</i> 3. <i>When buying through this website, I believe there is a negligible risk.</i> 4. <i>Must be diligent in changing the account password on this website.</i> 5. <i>Policies and conditions must be read before transaction</i> 6. <i>Contact online retailers because they can be trusted.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belanja pada saat penjual melakukan <i>livestreaming</i> lebih terpercaya produknya. 2. Saat saya belanja lebih bisa memastikan produk tidak ada kecatatan. 3. Produk yang dikirim sesuai dengan yang diiklankan pada saat penjual melakukan <i>livestreaming</i>. 4. Penjual dapat menjaga dengan baik privasi data pembeli. 5. Penjual melayani saya dengan baik saat penjual mengiklankan produknya di <i>live streaming</i>. 6. Belanja saat <i>livestreaming</i> dapat diandalkan. 	(Mukherjee dan Nath, 2017), 41(9/10), 1173–1202.

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

c. Variabel *Sales Promotion*

Variabel	Indikator	Indikator hasil adaptasi	Sumber
Moderating effects of time pressure on the relationship between perceived value and purchase intention in social E-commerce sales promotion: Considering the impact of product involvement. <i>Information dan Management.</i> (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The probability that I would consider buying the product from this time-limited promotion is high.</i> 2. <i>If I were to buy the product, I would consider buying it from this time-limited promotion.</i> 3. <i>The likelihood of my purchasing the product from this time-limited promotion is high.</i> 4. <i>My willingness to buy the product from this time-limited promotion is high.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya lebih suka membeli produk pada saat penjual <i>livestreaming</i> karena banyak dapat promo. 2. Informasi yang diberikan penjual pada saat mengiklankan produknya di <i>livestreaming</i> lebih jelas dan menarik. 3. Promosi yang diberikan penjual pada saat mengiklankan produknya di <i>livestreaming</i> selalu menarik sesuai kebutuhan saya. 4. Saya sangat suka membeli produk apa saja yang mempunyai potongan harga. 	(Peng et al., 2019) 56(2), 317-328.

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

d. Variabel *Purchase Intention*

Variabel	Indikator	Indikator hasil adaptasi	Sumber
Purchase intention and purchase behavior <i>online</i> : A cross-cultural approach. Science Direct (2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>If the opportunity arises, I intend to buy from online stores.</i> 2. <i>If given the chance, I can predict what I should buy from an online store in the future.</i> 3. <i>I am likely to transact with an online store soon.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berminat membeli produk pada saat penjual melakukan <i>livestreaming</i>. 2. Saya akan membeli kembali produk yang sudah saya beli dimasa depan. 3. Saya lebih berminat untuk membeli produk saat penjual mengiklankan produknya di <i>live streaming</i>. 	(Peña-García et al., 2020) , 6(6), e04284

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

3.6 Skala Pengukuran

Pengujian ini memanfaatkan skala ukur Likert guna menghitung pernyataan yang ada di kuesioner. Saunders et al. (2021) menyatakan bahwa *likert-style rating scale* yakni skala pengukuran yang mana responden ditanya tingkat kekuatan setuju maupun tidaknya dengan pernyataan maupun rangkaian pernyataan, umumnya di skala rangking empat, lima, enam atau tujuh poin.

Skala pengukuran yakni persetujuan yang dimanfaatkan menjadi referensi dalam menetapkan panjang pendeknya interval yang terdapat

di alat ukur, hingga alat ukur itu jika dipakai di pengukuran bakal melahirkan data kuantitatif (Sugiyono, 2019).

Di pengujian ini, peneliti memanfaatkan skala peringkat enam poin yang berada di “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju”.

Sementara nilai-nilai yang dimanfaatkan guna tiap skala ialah:

Tabel 3. 2
Skala Pengukuran Likert

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Sedikit Tidak Setuju	3	SDTS
Sedikit Setuju	4	SDS
Setuju	5	S
Sangat Setuju	6	SS

Sumber : Wilson (2018)

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yakni kegiatan menyederhanakan data berbentuk yang kian gampang dibaca serta diimplementasikan (Santoso, 2018). Teknik analisis dimanfaatkan guna mengartikan serta meneliti data. Menyelaraskan model yang ada di pengujian ini maka alat analisis data yang dimanfaatkan yakni SEM (*Structural Equation Modeling*), yang dijalankan dengan program IBM SPSS AMOS 20 (Santoso, 2018).

Bagi Byrne (2019) ada sejumlah kelebihan SEM daripada metode analisis data lain yakni, wajib menilai maupun mengevaluasi kekeliruan pengukuran, bisa menggabungkan variabel yang tidak

teramati dan yang diamati. Kemudian SEM juga mempermudah untuk melakukan permodelan hubungan multivariat, atau untuk memperkirakan titik dan/atau efek tidak langsung dari interval.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk Perangkat lunak AMOS dan SPSS digunakan untuk eksekusi. Pengolahan dan analisis data. Menggunakan SEM dalam penelitian ini SEM memungkinkan peneliti untuk pengetahuan tentang hubungan antar variabel serta pengetahuan tentang komponen yang membentuk variabel dan pengetahuan tentang ukurannya.

Analisis deskriptif dimanfaatkan guna menciptakan ilustrasi dari tiap jawaban yang sudah diberi oleh responden di kuesioner penelitian. Bagi Wilson (2018), analisis deskriptif memudahkan kita menyederhanakan ciri data yang besar serta cuma memanfaatkan sejumlah angka. Statistik deskriptif yang terumum dipakai yakni ukuran tendensi sentral (*mean*, *mode* dan *median*) serta ukuran variabilitas (*range*, *interquartile range*, dan *standard deviation*).

3.7.2 Uji Validitas

Pengujian validitas dimanfaatkan guna menghitung tingkat kevalidan sebuah kuesioner. Validitas sebuah skala kaitannya dengan apakah bedanya skor di skala menggambarkan beda yang sebenarnya di benda yang dihitung (Wilson, 2018). Validitas diartikan menjadi sejauh mana penelitian itu sesuai (Hair et al., 2019).

Guna memahami korelasi di validitas bisa memanfaatkan faktor analisis. Faktor analisis yakni prosedur yang belajar ikatan timbal balik antar variabel guna misi menyederhanakan data (Wilson, 2018). Ada dua model dasar faktor analisis yakni *Exploratory Factor Analysis* (EFA) sekaligus *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

Hair et al. (2019), menyatakan bahwa metode EFA bisa begitu bermanfaat serta kuat guna teknik statistik multivariat, yang dengan tepat memperoleh info dari data yang besar serta silih terhubung.

Hair et al. (2019), menyatakan bahwa “CFA memungkinkan peneliti untuk menguji seberapa baik variabel yang diukur mewakili konstruk. Keuntungan utama adalah bahwa peneliti dapat secara analitis menguji teori yang didasarkan pada konsep yang menjelaskan bagaimana berbagai item yang diukur mewakili ukuran psikologis, sosiologis, atau bisnis yang penting”.

Uji EFA dan CFA digunakan oleh peneliti untuk menguji validitas tiap variabel yang diukur agar dapat mendeteksi struktur hubungan yang ada disetiap indicator variabel. EFA adalah metode yang dimanfaatkan di keadaan peneliti tidak mempunyai indo awal maupun hipotesis yang dipakai untuk mengelompokkan kedalam variabel mana saja. peneliti menggunakan kumpulan indikator kemudian membentuk variabel lalu dianalisis dengan menggunakan software SPSS versi 26 dari data indikator-indikator yang sudah dikumpulkan.

Peneliti juga menggunakan metode CFA dalam penelitian untuk menguji apakah setiap indikator dari variabel penelitian ini valid, karena sebelumnya peneliti telah mempunyai asumsi awal dari setiap indikator-indikator variabel. Di penggunaan metode CFA ini peneliti menggunakan software AMOS versi 26 untuk melakukan pengujian.

3.7.3 Uji Reliabilitas

Ukuran validitas sangat penting dalam evaluasi survei. Validasi dilakukan untuk mengecek valid atau tidaknya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Masih alat yang andal pasti valid. Hair et al. (2019), menyatakan bahwa uji reliabilitas ialah uji guna memahami tingkatan sebuah variabel maupun rangkaian variabel yang dipantau menghitung nilai *true* serta *error free*, uji reliabilitas ini kontras dengan *measurement error*. Kline (2018) memaparkan bahwasanya skor reliabilitas ialah tingkatan skor di suatu sampel bebas dari kekeliruan mengukur acak, diasumsikan satu minus proporsi total varian yang dipantau sebab kekeliruan acak.

Malhotra (2019) menyatakan bahwa misi validitas yakni memverifikasi kolerasi yang signifikan antara kolerasi antar variabel. Guna meninjau korelasi di validitas maka dimanfaatkan faktor analisis. Faktor analisis yakni metode multivariat yg digunakan meneliti variabel-variabel yg diasumsikan memiliki kaitan satu sama lain. Faktor analisis yg dimanfaatkan di penelitian ini ialah EFA

(*Exploratory Factor Analysis*) beserta CFA (*Confirmatory Factor Analysis*).

EFA ialah analisis yang mulanya diasumsikan serta lalu diciptakan. pola yang kian kompleks, dimanfaatkan di keadaan berikut: Peneliti tidak mempunyai info sebelumnya atau harus mengelompokkan hipotesis. Variabel tempat kumpulan metrik dibuat. karena itu peneliti menjauh dari indikator (manifesto) dan menciptakan: variabel. EFA pun dimanfaatkan di keadaan yang variabel latennya ialah: Terdapat indikator yang tidak detail. Satu indikator variabel laten ini mungkin tumpang tindih dengan variabel laten lain. Sementara CFA berfungsi meneliti apakah indikator yang telah disatukan berlandaskan variabel latennya (konstruknya) konsisten ada di konstruknya itu maupun tidak. Perbedaan yang pokok antara CFA serta EFA ialah di CFA peneliti telah berasumsi mulanya bahwasanya indikator tergolong ke suatu variabel laten.

Hair et al. (2020), memaparkan bahwasanya validitas konvergen di EFA terealisasikan bila indikator-indikator dari suatu variabel bergabung di satu komponen dengan nilai faktor *loading* sejumlah batasan yang sudah ditetapkan berlandaskan total sampel penelitian.

Acuan nilai faktor *loading* di EFA berlandaskan total sampel di penelitian ini bisa diamati di tabel berikut:

Tabel 3.3 Nilai Loading Significant EFA Berdasarkan Jumlah Sampel

<i>Factor Loading</i>	Jumlah Sampel
0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber: Hair et al (2010)

Di penelitian ini pengujian reliabilitas memanfaatkan teknik *cronbach's alpha* (α) yang memaparkan suatu kuesioner reliabel bila mempunyai nilai alpha melebihi 0,6. Reliabilitas di bawah 0,6 kurang baik, sementara 0,7 bisa diterima, serta 0,8 yakni baik.

3.7.4 Uji Hipotesis

Di penelitian ini, peneliti memanfaatkan metode persamaan struktural. Simulasi (SEM) memanfaatkan *software* AMOS 22. Sugiyono (2020), SEM digambarkan selaku analisis, Kombinasi pendekatan analisis faktor dan model struktural (model struktural) beserta analisis rute (analisis perjalanan). Metode analisis yang dikerjakan Menafsirkan sekumpulan data dan menarik kesimpulan dikumpulkan. Peneliti menggunakan SPSS for Windows versi 26.

perangkat lunak dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS versi 26. Mengolah dan menganalisis data penelitian.

Selain hubungan kausal dengan perangkat lunak SEM, (langsung dan tidak langsung) untuk variabel atau konstruksi yang dapat diamati ditemukan tetapi berkontribusi komponen dapat menentukan ukuran struktur itu sendiri. Membiarkan hubungan sebab akibat antar variabel maupun konstruk jadi kian informatif, lengkap, serta akurat.

Bagi Sanusi (2021) terdapat sejumlah tahapan yang bisa dikerjakan guna meneliti model SEM layak maupun tidak. Yang pertama yakni dengan meneliti ada maupun tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak dapat berlangsung dip bagian model ukur. Tahapan selanjutnya yakni mengerjakan uji kecocokan berlandaskan *fit indices*. *Fit indices* di SEM mencakup tiga bagian, yakni:

1. *Absolute Fit Indices*
2. *Incremental Fit Indices*
3. *Parsimony Fit Indices*

Absolute fit indices ialah takaran langsung dari tingkatan baik model yang ditetapkan oleh peneliti mereproduksi data yang ditinjau. Artinya, mereka menilai paling dasar seputar tingkat baik teori peneliti selatas dengan data sampel.

Alat ukur di *absolute fit indices*:

1. *Chi-Square*

Ialah indeks kecocokan absolut yang paling standar guna menghitung *overall fit*. Sebuah model bisa disebut baik bila nilai *chi-square* nya rendah. Kian rendah nilai *chi-square* maka kian baik juga model itu. Akan tetapi *chi-square* mempunyai kekurangan, yakni nilainya yang sensitif dikendalikan oleh total variabel yang ditinjau serta total sampel di penelitian itu. Bila ukuran sampel melonjak maka nilai *chi-square* pun turut meninggi.

2. *Goodness of Fit Index (GFI)*

GFI yakni usaha awal guna memperoleh statistik kecocokan yang kurang sensitif ke ukuran sampel. Kisaran nilai GFI yang mungkin yakni 0 sampai 1, dengan nilai yang kian besar memperlihatkan keselarasan yang kian mumpuni. Nilai GFI kian tinggi dari 0,90 maka model diasumsikan baik maupun fit.

3. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA mengilustrasikan tingkat baik sebuah model selaras dengan populasi, bukan cuma sampel yang dimanfaatkan guna estimasi. Eksplisitnya, mencoba guna mengevaluasi kompleksitas model serta ukuran sampel dengan mengikutsertakan masing-masing ke komputasinya. Nilai RMSEA yang kian rendah dari 0,08 membuktikan keselarasan yang kian apik.

4. CFI (Comparative Fit Index)

Indeks ini tidak dikendalikan oleh ukuran sampel sebab itu begitu baik dalam pengukuran tingkat penerimaan suatu model. Besaran indeks CFI ada di rentang 0- 1, dimana kian menyentuh 1 mengartikan tingkat penerimaan model yang tertinggi. Harapannya, nilai CFI sejumlah $\geq 0,95$. Di pengujian model, indeks TLI besertap CFI begitu direkomendasikan guna dipakai sebabp indeks-indeks ini relatif tidak sensitif dengan besaran sampelnya serta kurang dikendalikan juga oleh rumitnya model.

5. CMIN/DF

CMIN/DF didapat dari statistik *chi-square* (CMIN) dikelompokkan dengan *Degree of Freedom* (DF) yang termasuk indikator guna menghitung tingkat *fit* suatu model. Harapannya, CMIN/DF sejumlah $\leq 2,00$ yang membuktikan terdapat penerimaan dari model. Artinya, indeks-indeks yang bisa dimanfaatkan guna meneliti kelayakan suatu model ialah dengan merangkum di tabel III.4 berikut ini:

Tabel 3. 4 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-Off Value</i>
<i>Chi-Square</i>	Lebih kecil lebih baik
Probabilitas	$\geq 0,05$
GFI	$\geq 0,90$
RMSEA	$\leq 0,08$
CMIN/DF	$\leq 3,00$
NFI	Mendekati 1
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,90$

AGFI	$\geq 0,90$
------	-------------

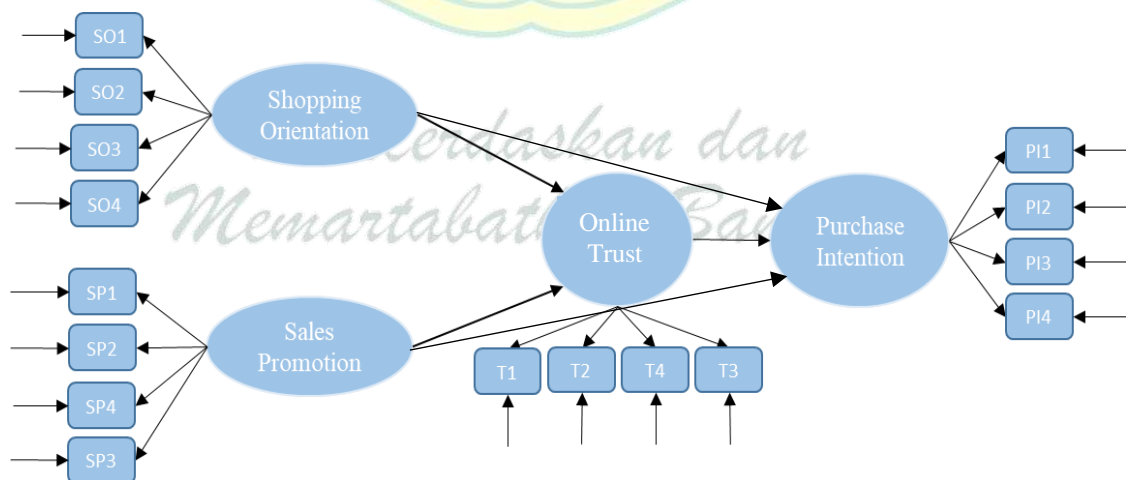
Sumber: Hair *et al.* (2014)

3.7.5 Pengujian Hipotesis

Setelah model divalidasi, maka dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui hubungan antara kualitas satu variabel dengan variabel lain dalam penelitian, pada level mana variabel tersebut signifikan. Dalam penelitian ini, ketika menguji suatu hipotesis tentang hubungan sebab akibat antar variabel, maka diperlukan pengujian hipotesis. Bagi Byrne (2019), kriteria pengujian hipotesis dengan meninjau *t-values* di kolom *Critical Ratio* (CR) serta *p-value* di kolom P. Hitungan disebut signifikan bila nilai CR melebihi dari 1,96 ($CR > 1,96$)

3.8 Model SEM

Bisa ditinjau dari gambar 3.1 yang menunjukkan gambar model SEM semua variabel yang bakal diujikan di penelitian ini



Gambar 3.1 Model SEM

Sumber : Data diolah peneliti (2022)