

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang dipilih untuk melakukan penelitian ini adalah wilayah Jakarta dan sekitarnya. Sedangkan untuk waktu yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini dapat dijelaskan pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

| Kegiatan                         | Jun | Jul | Agus | Sep | Okt | Nov | Des |
|----------------------------------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|
| Menulis proposal tesis           | X   | x   | x    |     |     |     |     |
| Persiapan seminar proposal tesis |     |     | x    |     |     |     |     |
| Seminar proposal tesis           |     |     |      | x   |     |     |     |
| Perbaikan proposal tesis         |     |     |      | x   |     |     |     |
| Survei penelitian                |     |     |      | x   | x   |     |     |
| Menulis tesis                    |     |     |      |     | x   |     |     |
| Menulis jurnal                   |     |     |      |     | x   |     |     |
| Persiapan sidang akhir tesis     |     |     |      |     |     | x   |     |
| Sidang akhir tesis               |     |     |      |     |     | x   |     |
| Perbaikan tesis                  |     |     |      |     |     | x   | x   |
| Cetak tesis                      |     |     |      |     |     |     | x   |

Sumber: data diolah, 2022.

### 3.2. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena data penelitian ini disajikan dalam bentuk angka-angka dan perhitungannya menggunakan metode statistik dengan software SPSS dan AMOS.

### 3.3. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah infinit karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah pengguna *e-wallet* di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Sedangkan jumlah sampel yang dipilih adalah minimal 200 responden, menurut Hair dalam Suhud et al., (2021) dengan jumlah responden tersebut serta menentukan *loading factor* sebesar 0.400 dapat menunjukkan validitas masing-masing indikator.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *convenient sampling*, menurut Sugiyono (2015) *convenience sampling* adalah metode penentuan sampel dengan cara memilih sampel secara bebas sesuai dengan keinginan peneliti. Metode pengambilan sampel ini dipilih untuk memudahkan pelaksanaan penelitian dengan kriteria responden terpilih sebagai berikut:

- a. Responden diidentifikasi sebagai konsumen *e-wallet* yang berdomisili atau beraktivitas di wilayah Jakarta dan sekitarnya setiap hari.
- b. Responden pernah atau sedang menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran dalam transaksi *food* dan *beverage* selama enam bulan terakhir minimal 3 kali atau lebih transaksi.

Calon responden yang memenuhi kriteria diminta untuk mengisi kuesioner online dan bersedia dikirim tautan kuesioner untuk survei melalui *private messages* WhatsApp dan Line serta *social media* Instagram. Data dikumpulkan di Jakarta, Indonesia.

### 3.4. Pengembangan Instrumen Penelitian

Penjelasan konseptual dan operasional variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

#### 1. *E-customer Loyalty of Payment Method*

- a. Konseptual variabel *e-customer loyalty of payment method* adalah bentuk kesediaan pelanggan untuk terus menerus menggunakan jasa secara *online*, pelanggan menyebarkan berita yang positif dari mulut ke mulut tentang layanan tersebut, bersedia bertransaksi lebih banyak dan merekomendasikannya kepada teman dan kolega dengan memilih *e-wallet* sebagai metode pembayaran yang digunakan saat transaksi *food* dan *beverage*.
- b. Operasional variabel *e-customer loyalty of payment method* menggunakan pernyataan responden secara langsung yang di ukur oleh indikator loyalitas afektif, loyalitas kognitif, loyalitas perilaku seperti dibawah ini yang telah di adaptasi dari penelitian terdahulu pada Tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2 Indikator *E-Customer Loyalty of Payment Method*

| Item Indikator  | Adaptasi Item Indikator  | Sumber                       |
|---|--|------------------------------|
| <i>I will be using more of the library's services in the future</i>             | Saya akan menggunakan lebih banyak layanan <i>e-wallet</i> di masa depan | Twum et al., (2020, p. 10)   |
| <i>I see myself as a loyal customer of this brand of personal care products</i> | Saya melihat diri saya sebagai pelanggan setia <i>e-wallet</i>           | Candan et al., (2013, p. 41) |

|  |   |                                 |
|--|---|---------------------------------|
| <i>I tell others positive things about the brands I use</i>  | Saya memberi tahu orang lain hal-hal yang positif tentang <i>e-wallet</i>                             | Candan et al.,<br>(2013, p. 41) |
| <i>I recommend my brand of personal care products to others</i>  | Saya merekomendasikan <i>e-wallet</i> kepada orang lain   |                                 |
| <i>I prefer my brand of personal care products over other brands</i>   | Saya lebih memilih menggunakan <i>e-wallet</i> dari pada metode pembayaran lainnya                    |                                 |
| <i>I find the performance and features (quality) of my brand of personal care products to be superior to those of other brands</i> | Menurut saya kinerja dan fitur (kualitas) <i>e-wallet</i> lebih unggul dari metode pembayaran lainnya |                                 |

Sumber: data diolah, 2022.

## 2. *Customer Satisfaction*

- a. Konseptual variabel *customer satisfaction* adalah perasaan komparatif, yang dihasilkan dari perbedaan antara kinerja dan harapan atas penilaian bahwa fitur *e-wallet* yang disediakan, akan menimbulkan reaksi kepuasan, ketidakpuasan, kegembiraan pada pengguna *e-wallet* dalam bertransaksi *food* dan *beverage*.
- b. Operasional variabel *customer satisfaction* menggunakan pernyataan responden secara langsung yang di ukur oleh indikator tingkat kepuasan, kinerja yang baik, kesesuaian dengan harapan, dan pengalaman yang menyenangkan seperti dibawah ini yang telah di adaptasi dari penelitian terdahulu pada Tabel 3.3 berikut ini.

Tabel 3.3 Indikator *Customer Satisfaction*

| Item Indikator  | Adaptasi Item Indikator   | Sumber                            |
|---|---|-----------------------------------|
| <i>The e-wallet application meets my expectation</i>                          | <i>E-wallet</i> memenuhi harapan saya   | Olivia dan Marchyta (2022, p. 18) |
| <i>I am impressed with the service at this bank</i>                           | Saya terkesan dengan layanan di <i>e-wallet</i>   | Boonlertvanich (2019, p. 301)     |
| <i>My experience using the mobile navigation app has been very satisfying</i> | Pengalaman saya menggunakan <i>e-wallet</i> sangat memuaskan                                | Suhud et al., (2021, p. 143)      |
| <i>I think I made the right decision in using a mobile navigation app</i>     | Saya pikir saya membuat keputusan yang tepat dalam bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> |                                   |
| <i>I'm happy with my decision to choose a mobile navigation app</i>           | Saya senang dengan keputusan saya memilih <i>e-wallet</i>                                   |                                   |
| <i>I am happy with the features in the mobile navigation app</i>              | Saya senang dengan fitur-fitur di <i>e-wallet</i>   |                                   |

Sumber: data diolah, 2022.

### 3. *Sales Promotion*

- a. Konseptual variabel *sales promotion* merupakan pemasaran paling umum dan efektif yang dirancang untuk merangsang pembelian dengan lebih cepat atau lebih besar untuk meningkatkan penjualan pada pengguna *e-wallet* dalam bertransaksi *food* dan *beverage*.
- b. Operasional variabel *sales promotion* menggunakan pernyataan responden secara langsung yang di ukur oleh indikator *voucher*, *discount*, dan *cashback* seperti dibawah ini yang telah di adaptasi dari penelitian pada Tabel 3.4 berikut.

Tabel 3.4 Indikator *Sales Promotion*

| Item Indikator   | Adaptasi Item Indikator  | Sumber                     |
|--|--|----------------------------|
| <i>I feel like buying when I see discounted prices from social commerce</i>  | Saya merasa ingin membeli ketika saya melihat harga diskon saat bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> .   | Sohn dan Kim (2020, p. 10) |
| <i>I have experience in buying the product because of the discount rate even though I never thought of buying it</i> | Saya memiliki pengalaman dalam membeli makanan dan minuman hanya karena harga produk diskon ketika bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> meskipun saya tidak pernah berpikir untuk membelinya |                            |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <i>I tend to buy more from online food delivery apps afterward</i>             | Saya cenderung bertransaksi lebih banyak menggunakan <i>e-wallet</i> setelah mendapat promosi                                  | Joshi dan Bhatt<br>(2021, p. 1417)           |
| <i>A tempting sales promotion offer encourages me to order food frequently</i> | Tawaran promosi Penjualan yang menggiurkan mendorong saya untuk sering bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i>                |  |
| <i>E-payment providers offer such as cashback and promotions</i>               | <i>E-wallet</i> menawarkan seperti <i>voucher</i> gratis ongkir, <i>cashback</i> dan diskon harga                              | Ramadanty dan Kartikasari<br>(2021b, p. 302) |
| <i>E-payment providers extend offers with their merchants</i>                  | <i>E-wallet</i> memperpanjang penawaran promosi penjualan dengan para <i>merchant</i> baik <i>online</i> maupun <i>offline</i> |  |

Sumber: data diolah, 2022.

#### 4. *Perceived Ease of Use*

- a. Konseptual variabel *perceived ease of use* adalah tingkat keyakinan pada seseorang pengguna *e-wallet* bahwa menggunakan teknologi informasi akan mengurangi usaha dan mempermudah pekerjaan, lebih sederhana dan tidak akan mengurangi produktivitas, mudah dipahami, dan bebas dari kerumitan dalam bertransaksi *food* dan *beverage* menggunakan *e-wallet*.
- b. Operasional variabel *perceived ease of use* menggunakan pernyataan responden secara langsung yang di ukur oleh kemudahan belajar, kemudahan memenuhi keinginan, kemudahan menjadi terampil, dan kemudahan

bertransaksi seperti dibawah ini yang telah di adaptasi dari penelitian terdahulu pada Tabel 3.5 berikut ini.

Tabel 3.5 Indikator *Perceived of Use*

| Item Indikator   | Adaptasi Item Indikator   | Sumber                               |
|--|---|--------------------------------------|
| <i>Easy to understand movies online</i>  | Saya merasa bertransaksi dengan <i>e-wallet</i> mudah dipahami            | Basuki et al.,<br>(2022, p. 259)     |
| <i>I can quickly use movies online</i>   | Saya dapat dengan cepat menggunakan <i>e-wallet</i>                       |                                      |
| <i>Learning to use mobile payments was easy for me</i>                                   | Belajar menggunakan <i>e-wallet</i> itu mudah bagi saya                   | Daragmeh et al.,<br>(2021, p. 9)     |
| <i>My interaction with the mobile payment procedure will be clear and understandable</i> | Interaksi saya dengan prosedur <i>e-wallet</i> jelas dan dapat dimengerti |                                      |
| <i>I am very good at using the Web</i>   | Saya sangat ahli dalam bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i>           | Hansen et al.,<br>(2018, p. 25)      |
| <i>I feel it is easy when transacting using e-wallet applications</i>                    | Saya merasa mudah ketika bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i>         | Olivia dan Marchyta<br>(2022, p. 18) |

Sumber: data diolah, 2022.

## 5. *Perceived usefulness*

- a. Konseptual variabel *perceived usefulness* adalah tingkat di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu bermanfaat akan meningkatkan kinerja, kompetensi pekerjaannya, efisiensi, sedikit tenaga, dan penghematan waktu dalam bertransaksi *food* dan *beverage*.
- b. Operasional variabel *perceived usefulness* menggunakan pernyataan responden secara langsung yang di ukur oleh indikator peningkatan kinerja, peningkatan produktivitas, peningkatan efisien, dan peningkatan efektivitas seperti dibawah ini yang telah di adaptasi dari penelitian terdahulu pada Tabel 3.6 berikut.

Tabel 3.6 Indikator *Perceived Usefulness*

| Item Pengukuran   | Adaptasi Item Pengukuran   | Sumber                        |
|---|--|-------------------------------|
| <i>Using mobile payment makes it easier for me to make payments</i>   | menggunakan <i>e-wallet</i> memudahkan saya melakukan transaksi  | Daragmeh et al., (2021, p. 9) |
| <i>Using mobile payments will be more profitable than traditional payment methods (cash/contact payments)</i> | menggunakan <i>e-wallet</i> akan lebih menguntungkan dari pada metode pembayaran tradisional (pembayaran tunai/kontak) |                               |
| <i>Mobile navigation app is efficient use of my time</i>  | Transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> membuat waktu saya lebih efisien   | Suhud et al., (2021, p. 143)  |
| <i>Using a mobile navigation app is more effective than any other way</i>                                     | Menggunakan <i>e-wallet</i> saat bertransaksi lebih efektif dari pada cara lain  |                               |

|   |   |  |
|---|---|--|
| <i>Mobile navigation apps are more profitable than other ways</i> | Transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> lebih menguntungkan daripada cara lain          |  |
| <i>Mobile navigation app is very useful in my daily life</i>      | Transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> sangat berguna dalam kehidupan saya sehari-hari |  |

Sumber: data diolah, 2022.

## 6. *Trust*

- a. Konseptual variabel *trust* adalah faktor fundamental bagi perusahaan pada kesuksesan hubungan jangka panjang dalam hal keandalan dan integritas, tingkat kepercayaan sangat penting dalam menentukan hubungan bisnis dengan pengguna *e-wallet* dalam bertransaksi *e-wallet*, jika tingkat kepercayaan rendah maka pelanggan akan hilang.
- b. Operasional variabel *trust* menggunakan pernyataan responden secara langsung yang di ukur oleh indikator kredibilitas, kebajikan (*benevolence*), dan integritas seperti dibawah ini yang telah di adaptasi dari penelitian terdahulu pada Tabel 3.7 berikut ini.

Tabel 3.7 Indikator *Trust*

| Item Indikator   | Adaptasi Item Indikator   | Sumber                        |
|--|---|-------------------------------|
| <i>I trust and believe that I am using the services of this bank</i> | Saya percaya dan yakin menggunakan layanan dari <i>e-wallet</i>     | Boonlertvanich (2019, p. 301) |
| <i>I trust the bank to protect my wealth</i>                         | Saya percaya <i>e-wallet</i> untuk melindungi uang saya             |                               |
| <i>I think SNS has sufficient technical capacity to be</i>           | Saya percaya <i>e-wallet</i> memiliki kapasitas teknis yang memadai | Hansen et al., (2018, p. 26)  |

|  |  |   |
|--|--|---|
| <i>sufficient that the data I transmit will not be intercepted by hackers</i>  | untuk memastikan bahwa data yang saya kirim tidak akan disadap oleh peretas  |   |
| <i>I think SNS has sufficient technical capacity to ensure that the data I transmit cannot be altered by third parties</i> | Saya percaya <i>e-wallet</i> memiliki kapasitas teknis yang memadai untuk memastikan bahwa data yang saya kirim tidak dapat diubah oleh pihak ketiga |   |
| <i>I feel I can trust this retailer completely</i>   | Saya merasa dapat mempercayai <i>e-wallet</i> sepenuhnya   | Chi (2018, p. 27)                                 |
| <i>The information provided is truthful and ethical</i>  | Informasi yang diberikan <i>e-wallet</i> adalah benar dan layak  | García-Salirrosas dan Acevedo-Duque (2022, p. 13) |

Sumber: data diolah, 2022.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala likert type*, skala ini berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi dari responden. Opsi skala dalam penelitian diadaptasi dari Juster dalam Suhud et al., (2021) yang menggunakan enam skala yaitu (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) sedikit tidak setuju, (4) sedikit setuju, (5) setuju dan (6) sangat setuju. Pada studi ini juga menggunakan penilaian skala pada setiap jawaban pernyataan dari responden. Skala penilaian diberi poin dari angka satu sangat tidak setuju sampai dengan angka enam sangat setuju seperti yang diasajikan dalam Tabel 3.8 berikut.

Tabel 3.8 Instrumen Skala Penelitian

| Jawaban Pernyataan   | Skor |
|----------------------|------|
| Sangat tidak setuju  | 1    |
| Tidak setuju         | 2    |
| Sedikit tidak setuju | 3    |
| Sedikit setuju       | 4    |
| Setuju               | 5    |
| Sangat setuju        | 6    |

Sumber: data diolah, 2022.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian yang digunakan adalah metode survei, dimana dalam pengumpulan data tersebut peneliti menyebarluaskan tautan kuesioner kepada responden secara daring melalui *private messages* seperti WhatsApp dan Line serta *social media* Instagram milik pribadi peneliti yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik.

### 3.6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini membutuhkan suatu analisis data dan interpretasi yang dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam penelitian untuk mengungkapkan suatu fenomena tertentu. Sehingga analisis data tersebut merupakan suatu proses untuk menyederhanakan data dalam bentuk yang lebih mudah untuk di baca dan di interpretasikan. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan beberapa tahap pengujian. Adapun diantaranya sebagai berikut.

## 1. Uji Validitas dan Reabilitas Data

- **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan cara mengukur korelasi pada setiap item pertanyaan terhadap skor pada setiap variabel. Data dinyatakan valid apabila memiliki nilai korelasi yang lebih besar dari 0.400 (Suhud et al., 2021).

- **Uji Reliabilitas**

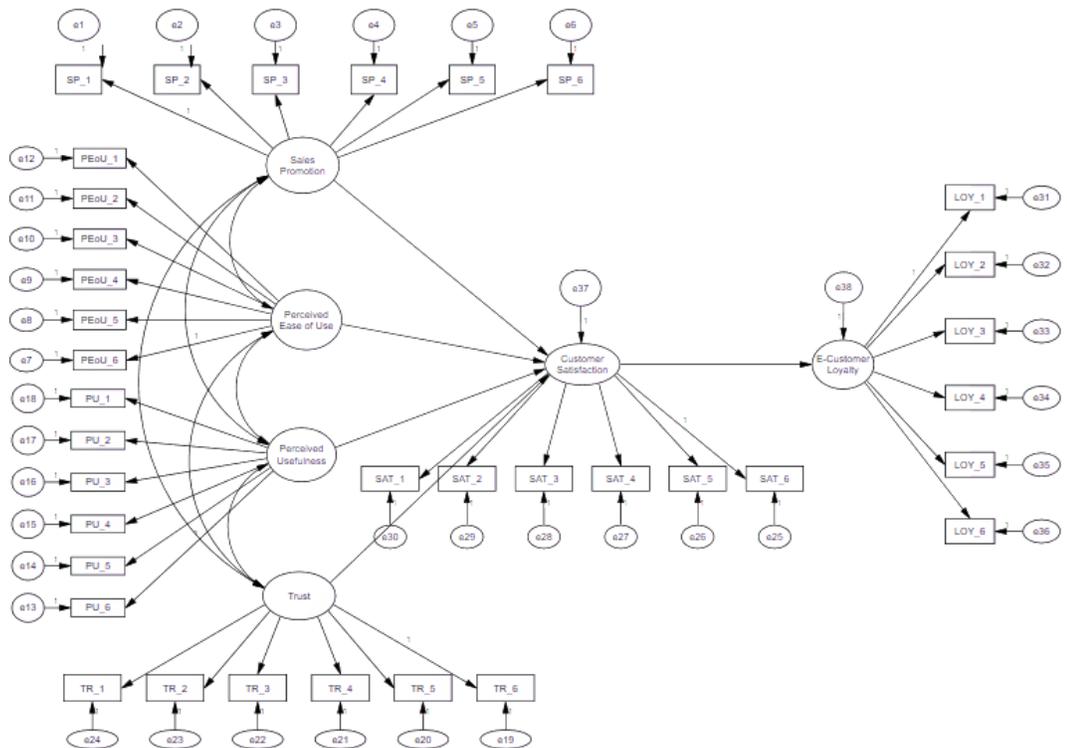
Uji reliabilitas dilakukan dengan cara menghitung nilai Cronbach Alpha pada setiap variabel. Data hasil pengukuran setiap variabel tersebut dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0.600 (Widodo et al., 2022).

## 2. Uji Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan atau pengaruh dan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Model*) dengan bantuan program aplikasi komputer AMOS. Penggunaan metode analisis SEM AMOS dilakukan karena dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi dari setiap konstruk dan pada saat yang sama dan mampu mengukur pengaruh atau derajat hubungan antar faktor yang telah diidentifikasi dimensi-dimensinya (Ferdinand, 2000).

Menurut Ferdinand A (2000), sebuah permodelan SEM yang lengkap pada dasarnya terdiri dari *measurement model* dan *structural model*. *Measurement model* yang dimaksud ditujukan untuk mengkonfirmasi sebuah dimensi atau faktor berdasarkan indikator-indikator empirisnya. *Structural model* adalah model mengenai struktur hubungan yang membentuk atau menjelaskan kualitas antara faktor. Untuk membuat permodelan SEM yang baik dan lengkap perlu dilakukan seperti langkah-langkah berikut ini:

- a. Langkah pertama:** Pengembangan model teori tahap pertama adalah mencari teori pendukung yang kuat melalui serangkaian peninjauan ilmiah dan melalui kajian pustaka guna mendapatkan justifikasi model teori yang akan dikembangkan.
- b. Langkah kedua:** Pengembangan diagram alur (*path diagram*), langkah kedua adalah model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama akan dideskripsikan dalam sebuah diagram alur, yang nantinya akan lebih memudahkan melibatkan hubungan sebab akibat yang akan diuji. (Ferdinand, 2000). Berikut adalah diagram alur pada penelitian yang dapat dilihat pada Gambar 3.1 dibawah ini.



Sumber: Data diolah, 2022.

Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian

- c. Langkah ketiga:** Konversi diagram alur menjadi persamaan setelah model penelitian dikembangkan dan digambar pada diagram alur, langkah ketiga adalah mengubah model tertentu menjadi serangkaian persamaan yang dibangun dari (Ferdinand, 2000):
- Persamaan struktural, yaitu persamaan-persamaan ini diformulasikan untuk menyatakan hubungan sebab akibat antara setiap konstruk.
  - Pada tahap ini ditentukan variabel mana yang mengukur konstruk, serta menentukan deret matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antara konstruk atau variabel tersebut.
- d. Langkah keempat:** Memilih input matriks dan model estimasi, SEM adalah alat analisis berbasis kovarians. Penggunaan matriks kovarian karena dapat menunjukkan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda, dimana hal yang sama tidak dapat dilakukan dengan korelasi. Penggunaan matriks kovarians lebih banyak digunakan dalam penelitian tentang hubungan, karena kesalahan standar dari berbagai penelitian menunjukkan angka yang tidak akurat ketika matriks korelasi digunakan sebagai input (Ferdinand, 2000). Dalam penelitian ini matriks input yang digunakan adalah matrik kovarians yang ukuran sampel minimumnya adalah 200 responden. Teknik estimasi model yang digunakan adalah *maximum likelihood estimation* (MLE).
- e. Langkah kelima:** Kemungkinan munculnya masalah identifikasi, pada prinsipnya masalah identifikasi adalah suatu kondisi dimana model yang dikembangkan tidak mampu menghasilkan estimasi yang unik. Identifikasi masalah dapat diidentifikasi dengan melakukan langkah-langkah berikut (Ferdinand, 2000):

- Dengan *strating value* yang berbeda, model diestimasi berulang kali. Jika model tidak dapat konvergen pada titik yang sama setiap kali estimasi dilakukan, maka ada indikasi telah terjadi masalah identifikasi.
- Model diperkirakan dan kemudian koefisien dari salah satu variabel model dicatat. Koefisien ditentukan sebagai sesuatu yang pasti (*fix*) pada variabel kemudian ditaksir ulang. Jika *overall fit index* berubah sama sekali dan jauh berbeda dengan sebelumnya, maka dapat diduga terdapat masalah identifikasi.

Untuk mengatasi masalah identifikasi adalah dengan memberikan lebih banyak *constrain* pada model yang di analisis, yang berarti adalah mengeliminasi atau menghilangkan jumlah *estimated coefficients* dan hasilnya adalah sebuah model yang *over identified*. Sehingga jika setiap kali estimasi dilakukan muncul masalah identifikasi, maka model perlu di pertimbangkan kembali, yaitu mengembangkan lebih banyak konstruk (Ferdinand, 2000).

**f. Langkah keenam:** Evaluasi penilaian *god-of-fit*. Pada langkah ini penyesuaian model dievaluasi, melalui review berbagai kriteria *god-of-fit*. Untuk itu tindakan pertama yang dilakukan adalah menilai apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi SEM. Setelah asumsi SEM terlihat, selanjutnya adalah menentukan kriteria mana yang akan kita gunakan untuk mengevaluasi model dan efek yang ditampilkan dalam model penelitian. Hair et al., (2019) menjelaskan uji *god-of-fit* dibagi menjadi tiga yaitu:

- *Absolute Fit Measure*

*Absolute fit measure*, yaitu mengukur *overall fit model* (baik model struktural maupun model pengukuran secara bersamaan). Kriteria dengan melihat nilai:

- 1)  $\chi^2 - Chi-Square$  semakin kecil nilai  $\chi^2$  maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut off value* sebesar  $p \geq 0.05$ .
- 2) *God-of-Fit-Index* (GFI) dimaksudkan untuk mengetahui proporsi tertimbang dari variasi matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh

matriks kovarians populasi, GFI yang diharapkan adalah  $\geq 0.90$  (Hoyle, 1995).

3) *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) merupakan sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *chi square* dalam sampel besar, nilai RMSEA yang  $\leq 0.08$  merupakan indeks untuk dapat diterimanya model menunjukkan sebuah *close fit* dari model tersebut berdasarkan *degress* (Browne, M. W, & Cudeck, 1993).

○ *Incremental fit Measure*

Berbeda dengan *absolute fit measure* karena indeks ini menilai seberapa baik model yang digunakan daripada beberapa model alternative lain. Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan adalah:

- 1) *Adjusted goodness-of-fit Index* (AGFI) adalah analog  $R^2$  dalam regresi berganda. Fit index ini dapat disesuaikan terhadap *degrees of freedom* yang tersedia untuk menguji model yang diterima atau tidaknya (Abuckle, 1997 dalam Ferdinand, A, 2000). Tingkat penerimaan yang disarankan adalah apabila AGFI memiliki nilai  $\geq 0.90$  (Hair et al., 1995; Hulland et al., 1996; dalam (Ferdinand, 2000))
- 2) *Comparative fit Index* (CFI), CFI yang mendekati 1 menunjukkan tingkat *fit* yang paling tinggi (Arbuckle, 1997 dalam Ferdinan, 2000). Nilai yang direkomendasikan bagi CFI adalah  $\geq 0.95$  (Ferdinand, 2000).
- 3) TLI (*Tucker Lewis Index*) adalah sebuah alternatif *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang di uji terhadap sebuah *baseline model*. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah penerimaan  $\geq 0.95$  (Hair et al., 1995 dalam Ferdinand, 2000) dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan *a very good fit* (Arbuckle, 1997 dalam Ferdinan, 2000).

○ *Parsimony fit Measure*

*Parsimony fit measure* yaitu melakukan penyesuaian terhadap pengukuran *fit* untuk dapat diperbandingkan antara model dengan koefisien jumlah yang berbeda. Kriteria dengan melihat nilai *normed chi square* (CMIN/DF).

- 1) CMIN/DF (*The Minimum Sample Discrepancy Function*) dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) yang digunakan untuk mengukur *fit model*. CMIN/DF  $\leq 2$  menunjukkan indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data (Arbuckle, 1997 dalam (Ferdinand, 2000)).

Dengan demikian *god-of-fit model* yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model seperti yang diringkas dalam Tabel 3.9 berikut.

Tabel 3.9 *Godness of Fit Index*

| <i>God of Fit Index</i>            | <i>Cut of Value</i> |
|------------------------------------|---------------------|
| X <sup>2</sup> - <i>Chi Square</i> | $\geq 0.05$         |
| GFI                                | $\geq 0.90$         |
| RMSEA                              | $\leq 0.08$         |
| AGFI                               | $\geq 0.90$         |
| CFI                                | $> 0.90$            |
| TLI                                | $\geq 0.95$         |
| CMIN/DF                            | $\leq 2.00$         |

Sumber: Data diolah, 2022.

- g. Langkah ketujuh:** Interpretasi dan modifikasi model. Langkah ini untuk menginterpretasikan model dan memodifikasi model untuk model yang tidak memenuhi persyaratan pengujian. Setelah model diestimasi, residual harus kecil atau mendekati nol dan didistribusikan berdasarkan frekuensi (Ferdinand, 2000). Pada tahap ini model yang sedang dikembangkan akan diinterpretasikan dan bagi model yang tidak memenuhi syarat pengujian dilakukan modifikasi.

Perlunya melakukan modifikasi terhadap sebuah model dapat dilihat dari jumlah yang dihasilkan model tersebut. Hair et al., 1995 dalam (Ferdinand, 2000) memberikan pedoman untuk mempertimbangkan perlu atau tidaknya memodifikasi suatu model dengan melihat jumlah residual yang dihasilkan oleh model tersebut. Batas aman untuk penjumlahan residu adalah lima proses dari semua residu kovarian yang dihasilkan oleh model, sehingga modifikasi perlu dipertimbangkan. Selanjutnya jika ternyata nilai residual yang dihasilkan oleh model cukup besar yaitu kurang dari 2.58 maka cara lain untuk memodifikasinya adalah dengan mempertimbangkan penambahan jalur baru pada model yang diestimasi.

