

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Peneliti memulai waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Desember 2022 hingga Januari 2023, dengan menggunakan cara pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner *online* dengan media *google form*, dimana dalam *google form* peneliti akan memberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan beberapa variabel yang akan diuji (*price, ewom, trust, dan purchase intention*) agar dapat membantu dalam mengungkapkan tujuan dari penelitian ini.

Dan tempat pelaksanaan dari penelitian ini akan dilakukan di DKI Jakarta, adapun alasan pengambilan daerah DKI Jakarta ini dikarenakan beberapa faktor pendukung penelitian ini, diantaranya. DKI Jakarta merupakan daerah yang memiliki tingkat kesiapan dalam menyiapkan fasilitas Wuling Air EV yang cukup memadai dari daerah lain (Nuar, 2022).

3.2 Desain Penelitian

Dalam mengembangkan serta menjalankan penelitian agar mendapatkan hasil yang dapat menjawab pertanyaan penelitian, akan peneliti gunakan metode kuantitatif. Penggunaan metode kuantitatif ini sendiri mempunyai tujuan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah dikembangkan melalui analisa data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan cara meneliti populasi atau sampel menggunakan instrumen atau alat ukur penelitian. Yang pada umumnya metode kuantitatif terdiri dari metode eksperimen dan metode survei.

Metode penelitian kuantitatif Menurut Sugiyono (2019) dijelaskan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada *positivism philosophy*, yang dapat digunakan dalam meneliti populasi atau sampel tertentu, melalui pengumpulan data

dengan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan.

3.3 Populasi dan Sample

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Dengan ini, populasi yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah masyarakat di daerah DKI Jakarta dengan rentang usia dari 17 tahun hingga 65 tahun mempunyai minat untuk membeli atau memiliki Wuling Air EV untuk ke depannya.

Pemilihan masyarakat DKI Jakarta menjadi populasi pada penelitian ini karena masyarakat DKI Jakarta memiliki minat beli akan mobil yang tinggi dan memiliki jumlah populasi mobil yang tinggi di Indonesia (Ihsan, 2022). Serta pemilihan rentan umur dari 17 hingga 65 tahun di karena menurut *product planning department Head* PT Astra Daihatsu Motor, Priyo Wisaksono, saat ini masyarakat usia muda dan kaum *millennials* (usia 17 hingga 34) itu mendominasi struktur sosial masyarakat di Indonesia, yang membuat segmen pada usia tersebut memiliki potensi yang besar untuk melaukan pembelian mobil baru karena masih dalam usia produktif (Mali, 2020). Serta umur 65 adalah akhir masa usia produktif orang, membuatnya kecil kemungkinan diatas umur 65 tahun masyarakat akan membeli mobil.

3.3.2 Sampel

Teknik *purposive sampling* akan dilakukan untuk pengambilan sampel yang dibutuhkan oleh peneliti, menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* adalah cara untuk menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dimana dalam teknik ini akan diadakan seleksi atas dasar-dasar

kriteria yang di tentukan dan diperlukan. Alasan penggunaan dari teknik *purposive sampling* pada penelitian ini agar tujuan utama dari penelitian ini dapat tercapai dengan baik. Dengan ini, telah ditetapkan kriteria yang sesuai untuk melakukan penelitian ini, kriteria tersebut adalah:

1. Masyarakat berdomisili di DKI Jakarta.
2. Memiliki usia dari 17 hingga 65 tahun.
3. Memiliki niat untuk membeli Wuling Air EV.

Pada penetapan jumlah sampel yang akan peneliti tetapkan, peneliti akan harus melakukan pengukuran terlebih dahulu agar sampel yang akan digunakan sesuai dengan metode dalam menganalisis data. Karena menurut Hair Jr (2021) menjelaskan bahwa jumlah minimal sampel yang baik adalah 10 kali dari jumlah seluruh panah variabel laten pada model jalur, atau 10 kali dari jumlah indikator yang dipakai. Indikator yang dipakai oleh peneliti adalah 16, maka 16 dikali 10 adalah 160, sehingga jumlah sampel yang harus didapat sebanyak 160 responden atau lebih.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Variabel

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti telah menggunakan tiga jenis variabel, ketiga dari variabel tersebut adalah. Variabel dependen atau variabel yang terikat Menurut Sugiyono (2019) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purchase intention* sebagai Z.

Variabel independen atau variabel bebas, Menurut Sugiyono (2019) adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab dari perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel dependen yang

digunakan untuk mengembangkan penelitian ini adalah *price* sebagai variabel dependen 1 (X1) dan *trust* sebagai variabel dependen 2 (X2).

Variabel intervening, menurut Sugiyono (2019) variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati serta diukur. Variabel ini merupakan variabel penyalur atau antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung memengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel intervening yang terdapat pada penelitian ini adalah *trust* sebagai Y.

3.4.2 Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel *Price*

Variabel	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Price</i>	Harga terjangkau	<i>The tariffs that are imposed by go-car are affordable.</i>	Menurut saya Wuling Air EV memiliki harga yang dapat terjangkau.	(Pasharibu et al., 2018)
		<i>Price of Toyota Agya or Daihatsu Ayla car is very reasonable.</i>	Harga Wuling Air EV wajar.	Shinta 1
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	<i>The tariffs that go-car applies are worth with the quality provided.</i>	Harga Wuling Air EV sepadan dengan kualitas dan fitur yang dimilikinya.	(Willson, 2019)
		<i>Prices of cars are offered in accordance with the quality of the car.</i>	Harga Wuling Air EV sesuai dengan kualitas mobil tersebut.	Scopus Q2
Daya saing harga	<i>The tariffs of go-car is much cheaper than other online taxis.</i>	Harga Wuling Air EV lebih murah dari harga produk mobil listrik yang lain.		

Variabel	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
		<i>The price offered by Toyota Agya /Daihatsu Ayla is acceptable, compared to other brands of cars.</i>	Harga Wuling Air EV dapat diterima dibandingkan dengan harga merek mobil lain.	
	Kesesuaian harga dengan manfaat Produk	<i>The tariffs that go-car applies are worthed with the benefits received.</i>	Harga yang diberikan oleh Wuling Air EV sesuai dengan manfaatnya sebagai mobil listrik.	
		<i>Prices of Toyota Agya/Daihatsu Ayla are in accordance with the performance of the car has to offer.</i>	Harga Wuling Air EV relevan dengan performanya.	

Sumber: Diolah peneliti (2022)

Tabel 3. 2 Operasional Variabel E-wom

Variabel	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
E-WoM	E-WoM quality	<i>The ewom about Korean cosmetic product are understandable and clear</i>	Saya dapat memahami dan mengerti ulasan online mengenai mobil Wuling Air EV.	(Mehyar et al., 2020) Scopus Q2 (Lkhaasuren & Nam, 2018)
		<i>I think online comments and discussion about Korean cosmetic products right and sure</i>	Saya merasa ulasan dari jurnalis dan orang mengenai Wuling Air EV sangat sesuai dengan kenyataannya.	
	E-WoM quantity	<i>There are many review or recommendation on Korean cosmetic products online</i>	Sangat banyak ulasan Wuling Air Ev di internet yang saya dapat jadikan acuan.	
		<i>The number of positive product</i>	Jumlah ulasan positif Wuling Air	

Variabel	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
		<i>reviews online affect my purchase decision</i>	EV secara <i>online</i> mempengaruhi keputusan pembelian saya.	
	E-WoM credibility	<i>The comments about Korean cosmetic product are reliable</i>	Komentar dan ulasan dari jurnalis otomotif dan orang-orang mengenai Wuling Air EV dapat diandalkan.	
		<i>When I buy a product, the online review on the product are helpful in my decision making</i>	Ulasan dari produk Wuling Air EV dapat saya percaya untuk memutuskan pembelian.	

Sumber: Diolah peneliti (2022)

Tabel 3. 3 Operasional Variabel *Brand Trust*

Variabel	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Trust</i>	Kesungguhan	<i>I believe the kiosks do their job correctly</i>	Saya percaya Wuling Air EV dapat melakukan tugasnya sebagai mobil listrik.	Svare et al. (2020) Scopus Q1
		<i>I believe the kiosk keep its promise</i>	Saya percaya Wuling Air EV menepati janjinya sebagai mobil listrik.	
	Kemampuan	<i>Overall, this platform is a capable and proficient provider of products</i>	Saya percaya Wuling menyediakan produk mobil listrik Air EV yang bagus.	Scopus Q1
		<i>This platform performs its role of product provider very well</i>	Saya percaya Wuling Air EV menjalankan perannya sebagai penyedia mobil listrik yang baik.	
	Integritas	<i>This store fulfills its job</i>	Saya yakin Wuling Air EV dapat menyelesaikan	

Variabel	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
			tugasnya sebagai mobil listrik.	
		<i>This platform's product provider would keep its commitments to deliver quality products.</i>	Saya yakin Wuling akan menjaga komitmen untuk menghadirkan Air EV sebagai produk berkualitas.	

Sumber: Diolah peneliti (2022)

Tabel 3. 2 Operasional variabel *Purchase Intention*

Variabel	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber	
<i>Purchase Intention</i>	<i>Attention</i> (perhatian)	<i>I keep looking information relating to Toyota Agya or Daihatsu Ayla cars</i>	Saya akan mencari informasi yang diperlukan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Wuling Air EV.	DAM (2020), Scopus Q2 (Fazli-Salehi et al., 2022)	
		<i>I look this brand the next time I need a product from this category</i>	Saya akan melihat Wuling Air EV saat membutuhkan product mobil listrik.		Scopus Q1
	<i>Interest</i> (ketertarikan)	<i>I intend to buy a Toyota Agya or Daihatsu Ayla car in the near future</i>	Saya berniat untuk membeli Wuling Air EV di masa mendatang.		
		<i>I would buy a car Toyota Agya or Daihatsu Ayla product compared to other brand cars</i>	Saya akan membeli Wuling Air EV dari pada mobil dari merek lain.		
	<i>Desire</i> (keinginan)	<i>I will definitely try this brand</i>	Saya pasti akan mencoba unit tes Wuling Air EV yang disediakan oleh dealer atau penjual.		
		<i>I intend to visit Toyota Agya or Daihatsu Ayla</i>	Saya berniat menghadiri pameran mobil Wuling Air EV secara langsung.		

Variabel	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
		<i>exhibition in the near future</i>		
	Action (tindakan)	<i>I am sure Toyota Agya or Daihatsu Ayla is suitable to me to buy</i>	Saya yakin Wuling Air EV cocok menjadi kendaraan pribadi saya untuk dibeli.	
		<i>I plan to buy an electric car for personal use</i>	Saya berencana membeli Wuling Air EV untuk kegiatan transportasi sehari hari.	

Sumber: Diolah peneliti (2022)

3.4.3 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert sebagai pernyataan yang akan menentukan mengukur sikap dan pendapat. Skala likert menyediakan cara mudah untuk mengukur konstruksi yang tidak dapat diamati, dan cara yang dipublikasikan yang merinci proses pengembangannya sangat berpengaruh (Jebb et al., 2021). Melalui skala likert ini, responden diminta untuk menjawab setiap pertanyaan yang disediakan untuk mengetahui tingkat persetujuannya, penggunaan dari skala likert diharapkan dapat mencerminkan apa yang dirasakan oleh responden dengan tepat terhadap pertanyaan yang mencerminkan setiap variabel yang diteliti.

Peneliti menggunakan skala likert dengan skor kategori satu sampai enam. Ini dikuatkan oleh penelitian dari Taherdoost (2019) menjelaskan bahwa pengukuran enam poin skala likert adalah yang paling cocok untuk sebuah penelitian, karena jumlah pilihan jawaban tidak mempengaruhi reliabilitas dan validitas tetapi beberapa penelitian menunjukkan bahwa reliabilitas meningkat dari enam poin. Membuat jumlah kategori respons di

luar enam mungkin sia-sia. Skala likert menggunakan enam tingkat nilai, dengan alternatif pilihan angka sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Skala Likert

No.	Kategori	Skor
1	Sangat Tidak Setuju.	1
2	Tidak Setuju.	2
3	Sedikit Tidak Setuju.	3
4	Sedikit Setuju.	4
5	Setuju.	5
6	Sangat Setuju.	6

Sumber: diolah peneliti (2022)

Dengan menggunakan skala likert dengan skor kategori satu sampai enam seperti tabel 3.3, alternatif ini akan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan hasil yang pasti dan konsisten, dimana data yang didapat akan tertuju pada setuju atau tidak setuju tanpa adanya jawaban netral.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menetapkan untuk menggunakan jenis data primer, dengan mengambil sumber data aslinya langsung melalui metode survey. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah data yang didapat melalui sumber utama atau primer yang didapatkan secara langsung oleh pengumpul data. Data ini dapat dilakukan dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat.

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa kuesioner adalah sebuah cara untuk mendapatkan sebuah data dengan memberikan sejumlah pernyataan atau pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Dengan ini, peneliti melakukan proses penyebaran kuesioner melalui media digital melalui *google form* kepada masyarakat di Jakarta, kuesioner yang disebar

memiliki pertanyaan sesuai dengan variabel dari penelitian yang akan dijawab melalui skala likert.

3.6 Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan salah satu tahapan dalam penelitian yang merupakan proses penyusunan dan pengolahan data yang bertujuan untuk menafsirkan data yang sudah didapatkan. Data yang peneliti gunakan dalam penelitian memiliki tujuan untuk menjawab setiap pertanyaan yang telah peneliti kembangkan sebelumnya dalam pertanyaan penelitian. Peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Teknik analisis deskriptif adalah statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis data yang telah didapat, dengan mendeskripsikan, menggambarkan, dan menyajikan data yang telah didapatkan sebagaimana adanya dalam bentuk yang dapat dipahami secara umum (Sugiyono, 2018).

Dalam melakukan proses analisis terhadap data yang telah didapatkan untuk mendukung penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *Structural Equation Model* (SEM) yang akan dioperasikan melalui perangkat lunak berupa SPSS dan SEM LISREL. Yang selanjutnya data dari SEM akan diuji dari tingkat validitas yang didapat, reliabilitas dari setiap butir pertanyaan, serta uji kesesuaian model dan uji hipotesis agar bisa mendapatkan jawaban dan kesimpulan terhadap penelitian yang sedang dikembangkan.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Atmowardoyo (2018) analisis deskriptif diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan fenomena yang ada seakurat mungkin. Kata “fenomena yang ada” membuat penelitian deskriptif bertentangan dengan penelitian eksperimen yang tidak hanya mengamati fenomena yang ada, tetapi juga fenomena setelah periode perlakuan tertentu. Fenomena yang akan dipelajari dalam penelitian

deskriptif sudah ada dalam kenyataan. Maka dengan ini peneliti perlu melakukan tahap pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian seperti angket kuesioner, wawancara kepada sumber utama, atau proses observasi secara langsung. Dengan tujuan utama agar didapatkan gambar mengenai kesimpulan fenomena tersebut secara sistematis dan baik.

3.6.2 Uji Validitas

Uji validasi merupakan hal yang dilakukan untuk menunjukkan derajat ketepatan terhadap setiap butir pertanyaan yang telah peneliti kembangkan dalam kuesioner, dimana dengan uji validasi ini, akan didapatkan jawaban apakah alat ukur yang digunakan sah dan valid agar dapat dipakai untuk mencari jawaban dari setiap pertanyaan dari penelitian ini secara baik.

Menurut Sugiyono (2019) instrumen dapat dibilang valid jika alat ukur yang digunakan dalam mendapatkan dat itu sah dan dapat diterima. Dimana valid dapat diartikan bahwa instrumen yang dikembangkan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap hal yang akan diukur, kriteria dari instrumen penelitian valid yaitu dengan menggunakan nilaisignifikan 0,05, dimana jika r hitung dari butir alat ukur lebih besar dari r tabel yang disarankan, maka alat ukur tersebut dapat dibilang valid, namun sebaliknya, jika r hitung ternyata memiliki nilai yang lebih kecil dari r tabel yang disarankan, maka alat ukur itu dinyatakan tidak valid. Untuk menghitung validitas dari suatu instrumen alat ukur maka digunakan rumus seperti berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien Korelasi.

X : Skor Item.

Y : Skor Total.

N : Jumlah Sampel.

3.6.3 Uji Reliabilitas

Untuk mengukur tingkat konsistensi kuesioner yang peneliti kembangkan yang merupakan indikator dari variabel diperlukannya uji reliabilitas. Menurut Sugiyono (2019) instrumen yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Untuk menghitung reliabilitas dari suatu instrumen maka digunakan rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

Keterangan:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma a_{b^2}}{a_{1^2}} \right]$$

r_{11} : Reliabilitas Instrumen.

k : Banyaknya instrumen pertanyaan kuesioner.

Σa_{b^2} : Jumlah varian butir.

a_{1^2} : Total varian butir.

Untuk menginterpretasikan reliabilitas kuesioner perlu menggunakan nilai r alpha indeks korelasi berikut:

Tabel 3. 4 interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi.
0,6000 – 0,7999	Tinggi.
0,4000 – 0,5999	Sedang.
0,2000 – 0,3999	Rendah.
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah.

Sumber: Sugiyono (2019)

3.6.4 Uji Kesesuaian model

Pada penelitian ini, digunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan software lisrel, penggunaan SEM dikarenakan merupakan metode yang tepat untuk peneliti pakai dalam menganalisis hubungan antar variabel dan indikator, serta software lisrel digunakan untuk mengelola data yang peneliti dapat agar bisa mendapatkan hasilnya.

dengan ini, dibutuhkannya beberapa jenis kesesuaian indeks untuk mengukur kesesuaian model, terdapat tiga bagian alat uji untuk model SEM. Berikut merupakan alat uji untuk model SEM:

1) *Absolute Fit Measures*

Absolute Fit Measures adalah metode pengujian paling dasar dalam metode SEM, dimana pengujian ini akan mengukur model fit secara menyeluruh baik dalam model struktural ataupun pengukuran secara bersamaan. Alat ukur yang digunakan pada *Absolute Fit Measures* yaitu:

a. *Chi-Square*

Chi-Square statistic merupakan alat ukur yang terpenting dalam melakukan uji model keseluruhan. Dimana nilai *Chi-Square* yang besar (sifatnya relatif terhadap derajat kebebasan) menunjukkan adanya perbedaan antara matriks input terhadap matriks hasil estimasi (matriks input bisa *correlation* atau *covariance*).

b. *Root Mean Square Residual (RMSR)*

RMSR merupakan nilai dari rata-rata residual antara matriks *covariance* korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Model dapat dikriteriakan sebagai *good fit* jika nilai dari RMSR kurang dari 0,05 ($RMSR < 0,05$).

c. *Goodness of Fit Index (GFI)*

Goodness of Fit Index merupakan metode yang akan menampilkan tingkat ketepatan dari suatu model dalam menghasilkan matriks *covariance* yang teramati. Model dapat ditentukan sebagai *good fit* apabila nilai dari GFI lebih besar sama dengan dari 0,9 ($GFI \geq 0,9$).

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

RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks *covariance* populasinya. Suatu model dapat dinyatakan *good fit* jika RMSEA memiliki nilai diantara lebih besar dari sama dengan 0,05 dan lebih kecil dari sama dengan 0,08 ($0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$).

2) *Incremental Fit Measures*

Merupakan bagian dari ukuran kecocokan yang bersifat relatif untuk model persamaan struktural yang melibatkan penempatan model yang diminati dalam rangkaian model dari model *baseline fitting* terburuk hingga model *fitting* sempurna atau model jenuh. Indeks kecocokan tambahan sangat mirip dengan rekan SEM dari indeks *r-*

square dalam regresi *linier* (Laar dan Braeken, 2022). Model ini memiliki tujuan untuk melakukan perbandingan terhadap model yang diajukan dengan model dasar yang digunakan. Alat ukur yang digunakan dari *incremental fit measures* yaitu:

a. *Adjusted Goodness of Fit* (AGFI)

Merupakan modifikasi dari GFI untuk *degree of freedom* dalam model. dalam pengukuran ini, suatu model bisa dinyatakan *good fit* jika nilai yang didapat pada AGFI adalah lebih besar sama dengan dari 0,09 ($AGFI \geq 0,09$).

b. *Comparative Fit Index* (CFI)

Merupakan ukuran kesesuaian model yang berbasis dari komparatif dengan model null. CFI sendiri merupakan indeks yang besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel. CFI yang dapat dibilang *good fit* jika nilai dari CFI lebih besar dari 0,09.

3) *Parsimony Fit Measures*

Parsimony Fit Measures menggabungkan penalti untuk kompleksitas model dalam formula nya, yang juga dianggap sebagai hadiah untuk *parsimony model*. Sebagai beberapa jumlah parameter yang diestimasi dibandingkan dengan ukuran sampel, *parsimony ratio* (PR) sebagai rasio antara derajat kebebasan model target dengan derajat kebebasan model nol (Sideridis dan Jaffari, 2022).

Tabel 3. 7 Goodness of Fit Indices

<i>No</i>	<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut Off Values</i>
1	Chi Square	Semakin kecil lebih baik
2	RMSR	$\leq 0,05$
3	GFI	$\geq 0,09$
4	RSMEA	$0,05 \leq RSMEA \leq 0,08$
5	AGFI	$\geq 0,09$
6	CFI	$\geq 0,09$

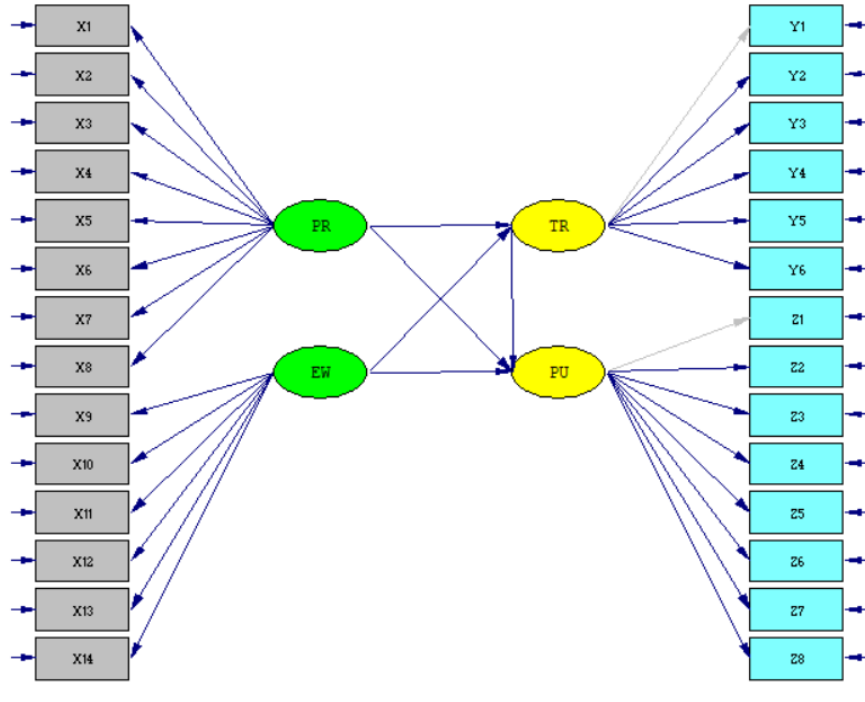
Sumber: (Sideridis dan Jaffari, 2022)

3.6.5 Uji Hipotesis

Saat uji kesesuaian model telah dilakukan, berikutnya akan dilakukan uji hipotesis agar peneliti dapat mengetahui apakah hubungan variabel yang telah peneliti kembangkan dapat diterima atau tidak. Maka dengan itu dalam menguji hipotesis mengenai hubungan kausalitas antar variabel (*price, ewom, trust, purchase intention*) yang ada dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis.

Hasil uji hipotesis hubungan di antara variabel digambarkan melalui nilai *regression weight* pada kolom (nilai) CR (yang dapat digambarkan sebagai t hitung) yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (yang dapat digambarkan sebagai t tabel) pada level signifikansi tertentu. Pengujian dilakukan dengan memperhatikan nilai probabilitas dari nilai koefisien lambda (λ), jika nilai p lebih kecil dari nilai 0,05 atau nilai CR lebih besar dari 1,96 maka indikator tersebut dapat dikatakan signifikan.

3.6.6 Model SEM Awal



Gambar 3. 1 Model Awal *Structural Equation Modeling*

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)