

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini dibutuhkan waktu sekitar tiga bulan yang akan dilakukan dari bulan April 2023 sampai perkiraan penyelesaian pada bulan Juni 2023, pengambilan populasi dan sampel dilakukan kepada pengguna seluruh pengguna BI Fast di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Penelitian ini menyebarkan kuesioner secara online sehingga dapat menjangkau penyebaran kuesioner tersebut. Tabel 3.1 menjelaskan *timeline* perkiraan waktu penyelesaian tesis, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Perkiraan Waktu Penyelesaian Tesis

Kegiatan	April 2023				Mei 2023				Juni 2023			
	Minggu				Minggu				Minggu			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Proposal Tesis	✓	✓	✓	✓								
Pengambilan Data				✓	✓	✓						
Pengolahan Data							✓	✓	✓	✓		
Laporan Tesis						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.2. Desain Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif dan teknik kausalitas menggunakan model *structural equation model* (SEM) dengan menggunakan data primer yang langsung didapat dari para responden di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) secara langsung.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna dari aplikasi BI Fast di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi).

3.3.1. Sampel

Sampel penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria pengguna yang minimal satu kali menggunakan BI Fast yang berada di daerah Jabodetabek. Menurut Suhud et al. (2020) menyatakan jika sebuah penelitian yang diolah menggunakan SEM perlu menggunakan minimal 200 responden dengan *loading factor* di angka 0,40.

3.4. Pengembangan Instrumen

Pada penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk mencari tau terkait pengaruh dari variabel *independent* yaitu: *perceived ease of use*, *product knowledge*, *perceived usefulness*, dan *perceived benefit*. Untuk variabel *intervening* yaitu: *trust*. Dan untuk variabel *dependent* yaitu: *intention to reuse*. Oleh karena itu, peneliti sudah mendapatkan beberapa indikator dari setiap variabel yang telah di adaptasi sesuai dengan kasus yang sedang diteliti oleh peneliti di penelitian ini, sebagai berikut ini.

3.4.1. Perceived Ease of Use

a. Definisi Konseptual

Perceived ease of use adalah kemudahan akan sebuah teknologi yang dipelajari dengan mudah oleh seseorang tanpa adanya usaha yang berlebihan pada saat mempelajarinya.

b. Definisi Operasional

Perceived ease of use adalah sebuah kemudahan teknologi yang dirasakan oleh seseorang konsumen saat mereka menggunakan fitur layanan dari BI Fast tanpa adanya upaya pembelajaran layanan tersebut yang berlebihan

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa pada penelitian ini, peneliti menggunakan indikator dari penelitian terdahulu yang telah diadaptasi sesuai dengan konteks penelitian yang saat ini sedang diteliti oleh peneliti, *perceived ease of use* memiliki lima indikator yang telah diadaptasi sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indikator *Perceived Ease of Use*

Indikator asli	Indikator hasil adaptasi	Sumber
<i>I believe that the mobile banking process will be clear and understandable</i>	Saya percaya bahwa proses layanan BI Fast akan jelas dan dapat dimengerti	(Kumar et al., 2020)
<i>I believe that it is easy to become skillful at using mobile banking</i>	Saya percaya bahwa menjadi terampil dalam menggunakan layanan BI Fast itu mudah	
<i>I believe that mobile banking is easy to use</i>	Saya percaya bahwa layanan BI Fast mudah digunakan	(Singh & Srivastava, 2018)
<i>Learning to use mobile banking is easy for me</i>	Belajar menggunakan layanan BI Fast itu mudah bagi saya	
<i>I can easily become skilful at using mobile banking</i>	Saya dapat dengan mudah menjadi ahli dalam menggunakan layanan BI fast	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.2. *Product Knowledge*

a. Definisi Konseptual

Product knowledge adalah sebuah kesadaran dari seseorang dalam hal mengetahui informasi-informasi suatu produk ataupun jasa, bahkan pengalaman dalam menggunakan produk ataupun jasa tersebut.

b. Definisi Operasional

Product knowledge adalah seseorang konsumen yang mengetahui informasi-informasi terkait layanan BI Fast dalam hal transaksi

ke beda bank, misalkan seperti tarif yang tertera dan berapa lama uang tersebut sampai ke bank tujuan.

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa pada penelitian ini, peneliti menggunakan indikator dari penelitian terdahulu yang telah diadaptasi sesuai dengan konteks penelitian yang saat ini sedang diteliti oleh peneliti, *product knowledge* memiliki lima indikator yang telah diadaptasi sebagai berikut:

Tabel 3.3 Indikator *Product Knowledge*

Indikator asli	Indikator hasil adaptasi	Sumber
<i>I know about the many advantages and disadvantages in detail of each product offered by Go-Jek.</i>	Saya tahu tentang banyak kelebihan dan kekurangan detail dari layanan BI Fast	(Imbayani & Gama, 2018)
<i>I choose products based on the quality obtained in Go-Jek products</i>	Saya memilih transaksi menggunakan layanan BI Fast berdasarkan kualitas yang saya dapatkan dari berbagai informasi	
<i>The detailed product information was very helpful.</i>	Informasi layanan secara rinci sangat membantu saya dalam menggunakan layanan BI Fast	(Masri et al., 2021)
<i>The detailed product and service is informative to me.</i>	Layanan BI Fast memiliki layanan yang detail. Sehingga, sangat informatif bagi saya	
<i>The detailed product information saved my time and money.</i>	Informasi layanan BI Fast yang terperinci menghemat waktu dan uang saya.	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.3. *Perceived Usefulness*

a. Definisi Konseptual

Perceived usefulness adalah keyakinan dari seseorang konsumen bahwa suatu teknologi akan dapat meningkatkan produktivitas kinerja mereka bahkan dalam hal berkomunikasi.

b. Definisi Operasional

Perceived usefulness adalah seseorang konsumen yang yakin dengan menggunakan layanan fitur BI Fast akan dapat meningkatkan produktivitas mereka dengan biaya yang rendah daripada layanan real time.

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa pada penelitian ini, peneliti menggunakan indikator dari penelitian terdahulu yang telah diadaptasi sesuai dengan konteks penelitian yang saat ini sedang diteliti oleh peneliti, *perceived usefulness* memiliki lima indikator yang telah diadaptasi sebagai berikut:

Tabel 3.4 Indikator *Perceived Usefulness*

Indikator asli	Indikator hasil adaptasi	Sumber
<i>Using a fintech lending application will increase my productivity</i>	Menggunakan layanan BI Fast akan meningkatkan produktivitas saya	(Candra et al., 2020)
<i>A fintech lending application is very useful</i>	Layanan BI Fast sangat bermanfaat bagi kehidupan saya	
<i>Go-Pay improves my performance</i>	Layanan BI Fast meningkatkan kinerja saya	(Nirmawan & Astiwardhani, 2021)
<i>Go-Pay ease to access and convenient to use</i>	Layanan BI Fast mudah diakses dan nyaman digunakan	

<i>Go-Pay speeds up my customer's payment process</i>	Layanan BI Fast mempercepat proses transaksi saya	
---	---	--

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.4. *Perceived Benefit*

a. Definisi Konseptual

perceived benefit adalah keyakinan dari seseorang bahwa pengetahuan mereka tentang mempertimbangkan suatu manfaat dari suatu produk atau jasa dan tingkat dari kepuasan harus lebih besar dari kebutuhan dan keinginan mereka terkait produk atau jasa yang mereka pilih.

b. Definisi Operasional

Perceived benefit adalah kondisi seseorang yang mengetahui manfaat dari suatu fitur layanan BI Fast, sehingga mereka membuat keputusan untuk menggunakan layanan tersebut dibandingkan dengan fitur sebelumnya.

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa pada penelitian ini, peneliti menggunakan indikator dari penelitian terdahulu yang telah diadaptasi sesuai dengan konteks penelitian yang saat ini sedang diteliti oleh peneliti, *perceived benefit* memiliki lima indikator yang telah diadaptasi sebagai berikut.

Tabel 3.5 Indikator *Perceived Benefit*

Indikator asli	Indikator hasil adaptasi	Sumber
<i>From my point of view, mobile banking is timesaving</i>	Saya menghemat waktu dengan menggunakan layanan BI Fast	(Anyanwu et al., 2016)
<i>Mobile banking reduces the cost of a transaction</i>	Saya menghemat biaya transaksi menggunakan layanan BI Fast	

<i>I experience convenience when using livestream shopping during the COVID-19 pandemic</i>	Saya merasa nyaman menggunakan layanan BI Fast selama ini	(Pang et al., 2021)
<i>I feel that using livestream shopping is safer than traditional shopping during the COVID-19 pandemic</i>	Saya merasa aman menggunakan layanan BI Fast selama ini	
<i>I feel that using livestream shopping is a beneficial shopping method for people to buy products during the COVID-19 pandemic</i>	Saya mendapatkan banyak manfaat dengan transfer melalui layanan BI Fast	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.5. Trust

a. Definisi Konseptual

Trust adalah keyakinan dari pihak satu dengan pihak lainnya yang didasarkan harapan bahwa pihak satu tersebut dapat memenuhi harapannya dan sebaliknya, sehingga kedua belah pihak tersebut tidak merasa dirugikan.

b. Definisi Operasional

Trust adalah keyakinan seseorang konsumen yang percaya bahwa menggunakan layanan fitur BI Fast akan aman dalam bertransaksi ke beda bank.

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa pada penelitian ini, peneliti menggunakan indikator dari penelitian terdahulu yang telah diadaptasi sesuai dengan konteks penelitian yang saat ini sedang diteliti oleh peneliti, *trust* memiliki lima indikator yang telah diadaptasi sebagai berikut:

Tabel 3.6 Indikator Trust

Indikator asli	Indikator hasil adaptasi	Sumber
----------------	--------------------------	--------

<i>I believe the vendor is keen to fulfil my needs and wants</i>	Saya percaya bahwa layanan BI Fast dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan saya	(Masri et al., 2021)
<i>I believe the vendor has high integrity</i>	Saya percaya bahwa layanan BI Fast memiliki integritas tinggi	
<i>I trust my personal information and my customer are safe</i>	Saya percaya informasi pribadi saya aman dikelola oleh BI Fast	(Nirmawan & Astiwardhani, 2021)
<i>I trust Go-Pay are safe and has reliable features</i>	Saya percaya layanan BI Fast aman dan memiliki fitur yang dapat diandalkan	
<i>I trust application and transaction on Go-Pay System</i>	Saya percaya aplikasi dan transaksi di layanan BI Fast	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.6. *Intention to Reuse*

a. Definisi Konseptual

Intention to reuse adalah sebuah tindakan dari seseorang terkait niat mereka yang ingin menggunakan kembali dari suatu sistem teknologi yang sudah mereka gunakan sebelumnya dengan mendapatkan pengalaman yang baik dari penggunaannya tersebut.

b. Definisi Operasional

Intention to reuse adalah seseorang konsumen yang memiliki niat kembali untuk menggunakan fitur layanan BI Fast sementara seseorang konsumen tersebut telah menggunakan sebelumnya untuk bertransaksi ke beda bank.

Tabel 3.7 menunjukkan bahwa pada penelitian ini, peneliti menggunakan indikator dari penelitian terdahulu yang telah diadaptasi sesuai dengan konteks penelitian yang saat ini sedang diteliti oleh peneliti,

intention to reuse memiliki empat indikator yang telah diadaptasi sebagai berikut:

Tabel 3.7 Indikator *Intention to Reuse*

Indikator asli	Indikator hasil adaptasi	Sumber
<i>In the next few months I intend to use this website to the same extent that I am using now</i>	Dalam beberapa bulan ke depan saya bermaksud untuk menggunakan BI Fast ini pada tingkat yang sama seperti yang saya gunakan sekarang	(Malhotra et al., 2017)
<i>In the next few months I don't intend to cut back on my purchase of products from this website</i>	Dalam beberapa bulan ke depan saya tidak bermaksud untuk mengurangi niat saya dalam bertransaksi dari BI Fast ini	
<i>I want to recommend the service to my friends and family</i>	Saya ingin merekomendasikan layanan BI Fast ini kepada teman dan keluarga saya	(Choi & Sun, 2016)
<i>It is likely that I will reuse the service in three months</i>	Kemungkinan saya akan menggunakan kembali layanan BI Fast ini dalam tiga bulan	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner yang disebarakan secara online dibuat dengan menggunakan *google form* dengan menyebarkan di media sosial seperti (Twitter, Facebook dan Instagram), private message (WhatsApp, Telegram dan Line) yang akan disebarakan kepada responden yang tinggal didaerah JABODETABEK. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran *skala likert* enam poin. Sebagai berikut ini:

Tabel 3.8 menunjukkan skala likert enam poin yang telah diadopsi dari penelitian sebelumnya menurut Suhud et al. (2020) menyatakan bahwa responden tidak bingung untuk memilih ragu-ragu ataupun netral.

Tabel 3.8 Skala Likert Enam Poin

Tingkat penilaian	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Validitas

Dalam melakukan uji validitas hendaknya dapat diurai secara jelas konstruksi atau kerangkanya, kerangka dari suatu konsep hendaknya valid. Sehingga dapat langsung diuji ke tahap berikutnya, dalam hal ini peneliti menggunakan pengukuran dengan syarat *loading factor* > 0,4 menyatakan bahwa indikator tersebut valid (Suhud et al., 2020). Sedangkan jika < 0,4 maka indikator tersebut tidak valid dan tidak layak untuk diujikan ke tahap berikutnya.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Selanjutnya jika indikator sudah dinyatakan valid, maka perlu diuji pula reliabilitasnya. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu variabel indikator dalam mengukur gejala yang sama, setiap variabel indikator seharusnya memiliki kemampuan membartikan hasil pengukuran yang konsisten (Abdullah, 2015). Pada alat pengukur untuk fenomena fisik seperti berat dan panjang badan konsistensi pengukurannya bukan hal yang sulit dicapai, akan tetapi untuk mengukur permasalahan ekonomi atau bisnis yang mencakup fenomena sosial seperti sikap, opini, dan persepsi, pengukuran yang konsisten

sering sulit dicapai. Suatu variabel indikator dapat dikatakan reliabel jika nilai dari variabel tersebut $> 0,60$ (Rizan et al., 2020).

Dalam melakukan analisis data, peneliti menggunakan uji validitas dengan nilai *loading factor* $> 0,40$ dan uji reliabilitas dengan *cronbach alpha* > 0.60 dengan menggunakan software SPSS 26. Sedangkan untuk uji struktural model menggunakan AMOS 23. Penelitian ini menggunakan struktural model (*causal model*) yaitu garis dengan anak panah satu arah menunjukkan adanya hubungan kausalitas (regresi) yang dihipotesakan, model ini terdapat hubungan kausalitas yang dihipotesiskan antar konstruk. Model struktural akan menghasilkan penilaian mengenai validitas prediktif (*predictive validity*).

3.6.3. Uji Hipotesis

Pengujian *structural equation modelling* bertujuan untuk mengetahui besarnya presentase *variance* setiap variabel endogen dalam model yang dijelaskan oleh variabel eksogen dengan melihat *R-squares* yang tidak lain adalah nilai *squared multiple correlation*. Selanjutnya selain nilai *R-squares*, evaluasi model struktural juga dapat dilakukan dengan melihat signifikansi nilai probabilitas sebagai dasar menerima atau menolak hipotesis nol.

Pengujian ini menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA) dengan nilai signifikansi yang digunakan yaitu 5% atau $P > 0,05$ serta nilai $CMIN/DF \leq 2,00$ (Latan, 2013). Jika syarat tersebut sudah terpenuhi maka model tersebut sudah fit dan dapat dilanjutkan ketahap selanjutnya untuk melihat uji hipotesis, dengan kriteria syarat diterima suatu hipotesis dapat dilihat dari nilai $CR > 1,960$ (D. Wulandari et al., 2019). Dalam penelitian ini pengujian SEM diuji dengan menggunakan AMOS.

3.6.4. Kriteria Godness of Fit

a. *Chi-Square* (X²)

Merupakan alat ukur yang fundamental untuk mengukur *overall fit*. Pengujian *Chi-square* (X²) bersifat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan, bila jumlah sampel cukup besar

yaitu kurang dari 200 sampel, maka chi – square harus didampingi oleh alat uji lainnya (Hair et al., 1995 ; Tabachnick & Fidell, 1996). Model yang diuji akan dipandang memuaskan dan baik bila nilai chi – squarenya rendah dalam tabel 1.3 dituliskan diharapkan kecil. Semakin kecil nilai X^2 maka semakin baik model itu (karena dalam uji beda *chi – square*, $X^2 = 0$, berarti benar – benar tidak ada perbedaan, H_0 diterima) dan diterima berdasarkan probabilitas dengan cut off value sebesar $p > 0,05$ atau $p > 0,10$ (Hulland et al, 1996), pengalaman penulis bila nilai $p > 0,05$ semua Parameter pengujian Model baik. Uji Chi – square (X^2) bertujuan untuk menguji sebuah model dan mengembangkannya, yang sesuai atau fit dengan data, maka yang dibutuhkan justru sebuah nilai X^2 yang tidak signifikan yang menguji hipotesa nol bahwa estimated population covariance tidak sama dengan sample covariance. Pengujian *Chi – square* (X^2) nilai yang rendah akan menghasilkan sebuah tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yang akan mengindikasikan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara matriks kovarians populasi dan matriks kovarians yang diestimasi.

b. CMIN/DF

Merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model, dihasilkan dari statistik *Chi – Square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF). CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar $\leq 2,0$ yang menunjukkan adanya penerimaan dari model.

c. *Goodness of Fit Index* (GFI)

GFI merupakan suatu analog dari R^2 dalam regresi berganda (Tanaka & Huba, 1989). GFI dapat diadjust terhadap degrees of freedom untuk menguji diterima atau tidaknya model. Proporsi tertimbang dari Indeks kesesuaian untuk menghitung varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians

populasi yang terestimasi (Bentler, 1983 ; Tanaka & Huba, 1989). Ukuran non – statistik dari GFI mempunyai rentang nilai antara 0 (poor fit) sampai 1,0 (perfect fit). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “ better fit ”. GFI yang diharapkan adalah sebesar 0,90.

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

Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model. Indeks RMSEA dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik chi – square dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan goodness of fit yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair, et al., 2006).

e. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan apabila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90. Nilai sebesar 0,95 dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik (good overall model fit) sedangkan nilai antara 0,90 – 0,95 menunjukkan tingkatan cukup (*adequate model fit*).

f. *Tucker Lewis Index (TLI)*

Nilai TLI yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar $\geq 0,95$ dan nilai yang mendekati 1,0 menunjukkan *a very good fit*.

Nilai indeks TLI merupakan pembandingan dari sebuah model yang diuji dengan sebuah baseline model (Baumgartner & Homburg, 1996). Baseline model dalam output AMOS ada dua model baseline bersama dengan model yang diuji (default model) yaitu:

- a. *Saturated Model Saturated*, model disebut juga full atau *perfect model*, diprogram dengan jumlah parameter yang diestimasi sama

dengan jumlah “*distinct* sampel momentsnya”, sehingga diperoleh degrees of freedomnya sebesar nol (0), karena itu saturated model akan menghasilkan chi – square = 0,00 dan df = 0.

b. *Independence Model Independence*, model diprogram supaya semua variabelnya dibuat tidak berkorelasi. Model ini jumlah parameter sama dengan jumlah variabel yang diobservasi, karena itu hasil dari model independen ini adalah “*poor fit*” terhadap satu set data yang digunakan. Nilai chi – square yang dihasilkan akan menjadi sangat besar.

g. *Normed Fid Index (NFI)*

Normed Fit Index adalah sebuah ukuran perbandingan antara *proposed model* dan *null model*, umumnya direkomendasikan sama atau ≥ 0.90 (Junaidi, 2021)

h. *Comparative Fit Index (CFI)*

Besaran indeks CFI berada pada rentang 0–1, di mana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. CFI tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model (Hulland, 1996 & Tanaka, 1993). Indeks CFI identik dengan Relative Noncentrality Index (RNI) dari McDonald dan Marsh (1990).

i. *Parsimonious normal fit index (PNFI)*

Parsimonious normal fit index (PNFI) merupakan sebuah perubahan dari NFI. Dengan memasukan hasil dari jumlah *degree of freedom* untuk mencapai level fit. Yang memiliki arti bahwa semakin tinggi maka akan semakin baik. PNFI memiliki tujuan untuk membandingkan sebuah model dengan degree of freedom yang berbeda. (Junaidi, 2021)

j. *Parsimonious goodness-of-fit index (PGFI)*

Parsimonious goodness-of-fit index (PGFI) merupakan pengubahan dari GFI atas dasar parsimony estimated model. Nilai PGFI yang disyaratkan adalah serkisar antara 0 sampai 1.0 dengan nilai semakin tinggi menunjukkan model lebih *parsimony* (Junaidi, 2021).

Tabel 3.9 menunjukkan kriteria *goodness of fit* yang harus dipenuhi jika hasil dari penelitian tersebut telah fit dapat lanjut ke tahapan berikutnya dengan bantuan *software* AMOS 23.

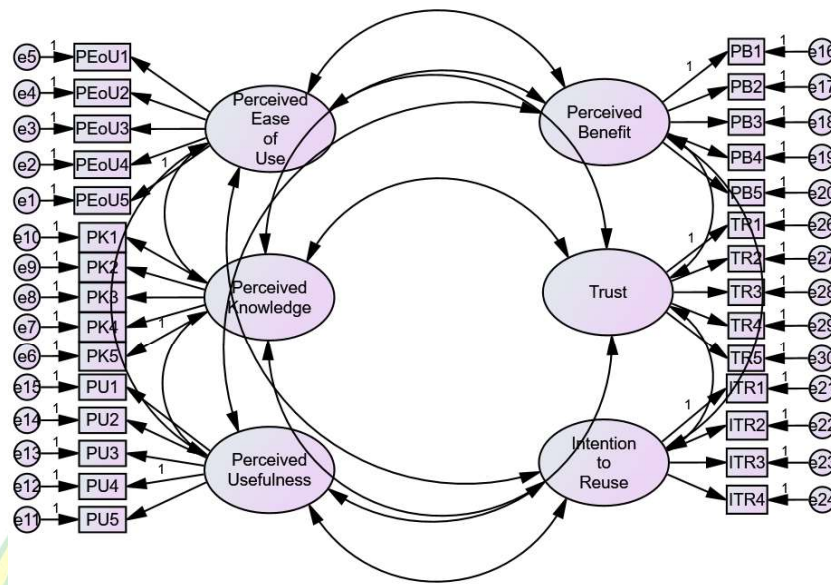
Tabel 3.9 Kriteria *Goodness of fit*

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cutt – off Value</i>
<i>Absolute Fit Measure</i>	
X^2 Chi Square	Diharapkan kecil
CMIN/DF	$\leq 2,00$
GFI	$\geq 0,90$
RMSEA	$\leq 0,08$
<i>Incremental Fit Measure</i>	
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
NFI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,95$
<i>Parsimonious Fit Measure</i>	
PNFI	$\geq 0,60$
PGFI	$\geq 0,50$

Sumber : (Minto, 2016)

3.6.5. Path Structural Equation Modelling

Berdasarkan variabel yang telah dibuat oleh peneliti dari peneliti, berikut ini Gambar 3.1 menunjukkan *path structural equation modelling* (SEM) dengan menganalisa *confirmatory factor analysis* yang telah dibuat menggunakan bantuan *software* AMOS 23.



Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

Gambar 3.1 Path Structural Equation Modelling (SEM)

3.6.1. Uji Mediasi

Suatu variabel dapat dianggap sebagai mediasi berdasarkan sejauh mana membawa pengaruh dari variabel independen tertentu ke variabel dependen tertentu. Secara umum, mediasi dapat dikatakan terjadi ketika (1) variabel independen secara signifikan mempengaruhi mediator, (2) variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen tanpa adanya mediasi, (3) mediasi memiliki efek unik yang signifikan terhadap variabel dependen dan (4) efek variabel independen terhadap variabel dependen menyusut setelah penambahan mediasi ke model (Preacher & Leonardelli, 2001).

Dalam melakukan uji mediasi peneliti menggunakan uji sobel. Menurut Ghazali (2018). Uji sobel digunakan untuk menguji pengaruh tidak langsung antara variabel *perceived ease of use*, *perceived knowledge*, *perceived usefulness* dan *perceived benefit* kepada variabel *intention to reuse* dengan melalui variabel mediasi *trust*. Dalam menguji uji sobel test akan dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS dan *calculator website* yang telah diciptakan oleh (Preacher & Leonardelli, 2001).