

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat yang berlokasi di Jl. Rotowijayan Blok No.1, Panembahan, Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu antara November 2022 sampai dengan April 2023.

Penelitian ini akan dilakukan secara daring dan luring untuk memperoleh data penelitian dengan menyebarkan instrumen Microsoft Form melalui media sosial Instagram, WhatsApp, Twitter, Line dan juga disebarakan kepada turis yang sedang atau pernah mengunjungi Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat di lokasi penelitian.

3.2 Desain Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan dalam pengumpulan datanya akan menggunakan metode survei dengan kuesioner yang disebarakan kepada responden yaitu para turis Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

Dalam penelitian ini, akan dilakukan pengujian terhadap dugaan atau yang lebih dikenal dengan hipotesis-hipotesis yang sebelumnya telah dirumuskan oleh peneliti dan nantinya akan menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mencari hubungan kausal antar variabel yang akan mendapatkan bukti hubungan sebab akibat dari variabel independen dengan dependen. Menurut Sekaran dan Bougie (2017), studi kausal adalah studi untuk menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel lain berubah atau tidak. Dengan kata lain, studi kausal ini akan menunjukkan bahwa variabel independen menyebabkan variabel dependen. Variabel-variabel yang diteliti untuk mengetahui hubungan sebab akibat pada penelitian ini adalah

Destination Attributes, Destination Reputation, Tourist Satisfaction, Memorable Tourism Experiences serta *Revisit Intention*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini mengacu pada seluruh turis dari Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat. Sedangkan jenis populasi pada penelitian ini adalah populasi *infinite* yang artinya peneliti tidak mengetahui jumlah pasti turis dari Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

3.3.2 Sampel

Sampel berperan sebagai generalisasi dalam membuat kesimpulan terkait populasi yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian ini, sampel yang ditentukan oleh peneliti terlebih dahulu harus diukur menurut teknik analisis data yang ditentukan oleh peneliti.

Menurut Hair et al., (2017) beberapa rekomendasi yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk menentukan jumlah sampel dalam analisis *Structural Equation Model* (SEM) adalah ukuran sampel 100 hingga 200 dalam teknik estimasi *Maximum Likelihood*, lalu tergantung pada jumlah variabel yang diteliti dengan pedoman 5-10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti dan juga tergantung pada jumlah dimensi atau indikator yang digunakan di seluruh variabel yang diteliti. Jumlah sampel adalah jumlah indikator dikalikan lima hingga sepuluh.

Berdasarkan rekomendasi Hair et al., (2017) terkait penentuan jumlah sampel, maka peneliti menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$(Jumlah\ Indikator + Jumlah\ Variabel\ Laten) \times (5\ sampai\ 10\ kali)$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel minimal untuk penelitian ini adalah $(40 + 5) \times 5 = 225$, dan dapat dikatakan calon responden dalam penelitian ini sebanyak 225 responden. Hair et al., (2017)

menyatakan jika ukuran sampel terlalu besar diduga akan sulit untuk mendapatkan ukuran *goodness of fit* yang baik. Penelitian ini menggunakan skala lima karena indikator pada penelitian berjumlah 40 dan jika dikalikan 10 akan menghasilkan jumlah sampel yang terlalu besar, maka menggunakan skala lima untuk menghindari kesulitan dalam mendapatkan ukuran *goodness of fit* yang baik.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan beberapa kriteria yang harus dipenuhi calon sampel sebelum menjadi responden penelitian yaitu turis yang pernah atau sedang berkunjung ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat atau Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat, berdomisili di DKI Jakarta dan DI Yogyakarta dan juga berusia 17 – 65 tahun.

Dalam menentukan kriteria sampel, terdapat beberapa pertimbangan yang dilakukan oleh peneliti. Sampel yang berdomisili di DKI Jakarta dan DI Yogyakarta mungkin memiliki kecenderungan lebih sering mengunjungi Keraton karena letak geografis yang relatif lebih dekat, hal ini dapat memberikan pandangan yang lebih relevan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan ulang. Selain itu, Yogyakarta merupakan salah satu tujuan para turis untuk berlibur, khususnya bagi warga DKI Jakarta karena Yogyakarta menawarkan berbagai atraksi budaya, museum maupun pemandangan alam yang cantik dan masih asri (Mardiastuti, 2022). Di sisi lain, sampel yang berdomisili di DI Yogyakarta mungkin memiliki pengalaman yang lebih mendalam tentang Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat dan lingkungannya, yang dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai pembahasan penelitian ini.

Selain itu, karakteristik responden pada penelitian ini tidak memasukkan kriteria berapa kali kunjungan karena kesan para turis ketika mengunjungi destinasi akan sangat mempengaruhi untuk berkunjung kembali. Menurut Depkes RI (2009), usia 17 tahun tergolong sebagai tahap remaja akhir sedangkan usia 65 tahun merupakan masa lansia akhir. Maka

dari itu, peneliti memilih rentang usia tersebut untuk dijadikan calon responden karena relevan dengan topik yang akan dibahas pada penelitian ini. Kriteria yang ditetapkan oleh peneliti dimaksudkan untuk menargetkan penelitian agar sesuai dengan topik penelitian yang dilakukan.

3.4 Pengembangan Instrumen

Tabel III.1
Pengembangan Instrumen Variabel *Revisit Intention*

Variabel	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Referensi
<i>Revisit intention</i> atau niat mengunjungi kembali adalah ketika turis memiliki niat untuk mengunjungi kembali destinasi yang sebelumnya telah dikunjungi oleh mereka serta memiliki kesediaan untuk sering datang kembali di waktu mendatang. Niat mengunjungi kembali ini biasanya timbul karena adanya pengalaman positif ketika berkunjung sebelumnya. (Istiqomah, 2020).	1) <i>I'd love to come to China again</i>	1) Saya ingin sekali datang ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat lagi	Zhang et al., 2018
	2) <i>I think I will come back to China in near future</i>	2) Saya pikir saya akan datang kembali ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat dalam waktu dekat	
	3) <i>I would return to this place for traveling</i>	3) Saya akan kembali ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat untuk bepergian	Hu & Xu, 2021
	4) <i>I intend to revisit this place</i>	4) Saya berniat mengunjungi kembali Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat	
	5) <i>I am willing to revisit this place</i>	5) Saya bersedia mengunjungi kembali Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat	
	6) <i>If I could, I would go to this place again</i>	6) Jika saya bisa, saya akan pergi ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat lagi	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

Tabel III.2
Pengembangan Instrumen Variabel *Destination Reputation*

Variabel	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Referensi
<i>Destination reputation</i> akan muncul ketika seseorang telah mengunjungi suatu destinasi lalu mendeskripsikan persepsi, termasuk	1) <i>This cultural heritage site is famous for its long history and reputation</i>	1) Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat terkenal dengan sejarah serta reputasinya yang panjang	Rasoolimanesh et al., 2021
	2) <i>This cultural heritage site has established a good</i>	2) Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat telah	

persepsi respon emosional dan pengetahuan secara menyeluruh mengenai destinasi tersebut. Secara singkat, <i>destination reputation</i> menggambarkan persepsi individu yang dibentuk dari ingatan individu itu sendiri mengenai suatu destinasi. (Satriawan et al., 2022.)	3) <i>This cultural heritage site reflects its historical atmosphere and cultural blend</i>	3) Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat mencerminkan perpaduan antara suasana sejarah budayanya	
	4) <i>I believe that Kasha heritage site has a better image than competitive destination</i>	4) Saya percaya bahwa Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat memiliki citra yang lebih baik daripada destinasi lainnya	
	5) <i>Destination offers a pleasant environment</i>	5) Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat memiliki lingkungan yang menyenangkan	Indrani et al., 2019
	6) <i>Destination features adequate infrastructure for tourist</i>	6) Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat memiliki infrastruktur yang memadai untuk turis	
	7) <i>Destination offers interesting local culture and traditions</i>	7) Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat memiliki budaya serta tradisi lokal yang menarik	
	8) <i>Destination has hospitable residents</i>	8) Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat memiliki penduduk yang ramah	
	9) <i>Destination is responsible in the use of their environment</i>	9) Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat bertanggungjawab dalam penggunaan lingkungannya	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

Tabel III.3
Pengembangan Instrumen Variabel *Tourist Satisfaction*

Variabel	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Referensi
<i>Tourist satisfaction</i> atau kepuasan turis membuat turis lebih puas dan akan menimbulkan rasa ingin mengunjungi kembali destinasi tersebut di masa mendatang. Kepuasan turis ini ditentukan oleh interaksi antara	1) <i>This trip is worthwhile</i>	1) Perjalanan wisata ini bermanfaat	Li et al., 2021
	2) <i>This trip is meaningful</i>	2) Perjalanan wisata ini bermakna	
	3) <i>I feel favorable to this trip</i>	3) Saya merasa senang dengan perjalanan ini	
	4) <i>I got a deeper understanding of Lingnan (Cantonese) culture from the experience here</i>	4) Saya mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang budaya Jawa dari pengalaman di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat	Gao et al., 2020

lingkungan fisik, atribut dan manusia yang dianggap penting oleh turis sehingga akan berdampak pada kepuasan. (Barkah & Febriasari, 2021)	5) <i>I feel my expectation before the experience has been met</i>	5) Saya merasakan ekspektasi saya telah terpenuhi
	6) <i>My visit here is worth my time and effort</i>	6) Kunjungan saya ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat sepadan dengan waktu saya
	7) <i>I am satisfied with my experience here</i>	7) Saya merasa puas dengan pengalaman saya di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat
	8) <i>I am satisfied with the safety and clean environment of this place</i>	8) Saya merasa puas dengan keamanan serta kebersihan lingkungan Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

Tabel III.4
Pengembangan Instrumen Variabel *Memorable Tourism Experience*

Variabel	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Referensi
<i>Memorable tourism experience</i> adalah faktor rasional yang berdampak pada perilaku di masa yang akan datang karena kebutuhan untuk meningkatkan pengalaman turis mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali destinasi wisata. Pengalaman wisata merupakan kesan penting bagi individu yang melakukan kunjungan wisata ke suatu destinasi. (Indriani et al., 2021)	1) <i>I was thrilled about having a new experience</i>	1) Saya senang mendapatkan pengalaman baru di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat	Rasoolimanesh et al., 2021
	2) <i>I really enjoyed this tourism experience</i>	2) Saya sangat menikmati pengalaman wisata di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat	
	3) <i>It was once-in-a-lifetime experience</i>	3) Berkunjung ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat adalah pengalaman yang sangat menarik dalam seumur hidup	
	4) <i>It was different from previous experiences</i>	4) Berkunjung ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat adalah pengalaman wisata yang berbeda dari sebelumnya	
	5) <i>I closely experienced the local culture</i>	5) Saya sangat merasakan budaya lokal Jawa di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat	
	6) <i>I did something meaningful</i>	6) Saya merasa melakukan sesuatu yang bermanfaat di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat	

7) <i>I was interested in the main activities of this tourism experience</i>	7) Saya tertarik dengan acara (pameran, museum, dll) yang ada di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat
8) <i>I gained a lot of information during the trip</i>	8) Saya mendapatkan banyak wawasan selama wisata di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat
9) <i>I experienced new culture</i>	9) Saya merasakan budaya baru

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

Tabel III.5
Pengembangan Instrumen Variabel *Destination Attributes*

Variabel	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Referensi
<i>Destination attributes</i> atau atribut destinasi merupakan sesuatu yang melekat dan ada pada destinasi wisata. Memahami persepsi turis mengenai <i>destination attributes</i> sangat penting bagi manajemen destinasi karena atribut destinasi dapat dijadikan acuan untuk turis memilih suatu destinasi tertentu berdasarkan perbandingan atribut destinasi yang melekat di setiap tempat wisata. (Schlesinger <i>et al.</i> , 2020)	1) <i>I have seen that the destination has good basic infrastructures</i>	1) Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat memiliki infrastruktur yang baik	Schlesinger <i>et al.</i> , 2020
	2) <i>I think the heritage resources (monuments, etc) in the destination are valued</i>	2) Sumber daya warisan (bangunan, dll.) di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat bernilai tinggi	
	3) <i>I think the cultural resources (festivities, traditions etc.) in the destination are valued</i>	3) Budaya (pertunjukan, pameran, dll) di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat bernilai tinggi	
	4) <i>I think the cleanliness of the destination and the main sites I have visited is good</i>	4) Kebersihan di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat terjaga	
	5) <i>I think the quality of the tourist services in the destination is good</i>	5) Kualitas pelayanan di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat baik	
	6) <i>I think there is an adequate level of protection of natural resources</i>	6) Pemeliharaan Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat memadai	
	7) <i>I think the brand image represents the values that attract tourists to the destination</i>	7) Reputasi Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat menggambarkan nilai-nilai yang menarik turis datang ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat	
	8) <i>I think the local people are hospitable and friendly</i>	8) Masyarakat sekitar bersikap ramah kepada turis Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis pengumpulan data primer. Data primer penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan turis yang sedang atau pernah mengunjungi Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat dan bersedia mengisi serta menjadi responden penelitian untuk memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Data ini dikumpulkan oleh peneliti sendiri dengan mengirimkan kuesioner secara daring dalam Microsoft Form melalui media sosial Instagram, WhatsApp, Twitter, Line dan juga disebarakan secara luring kepada 225 calon responden potensial yang memenuhi kriteria dari peneliti. Dengan demikian, diharapkan responden mampu memberikan jawaban yang sesuai dengan pernyataan kuesioner penelitian.

Dalam penelitian ini, metode survei digunakan sebagai metode pengumpulan data yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner terstruktur dengan beberapa kriteria untuk diberikan kepada calon responden. Kriteria dalam pencarian responden dalam penelitian ini adalah turis yang pernah atau sedang berkunjung ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat atau Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat, berdomisili di DKI Jakarta atau DI Yogyakarta dan juga berusia 17 – 65 tahun. Dengan kriteria tersebut, diharapkan penelitian ini memiliki responden yang memadai untuk memberikan informasi yang akurat dan relevan mengenai topik penelitian yang diteliti.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Variabel yang diukur dengan menggunakan skala likert dapat diterjemahkan ke dalam indikator variabel dan kemudian digunakan sebagai titik tolak untuk mengembangkan item instrumen, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2018). Skala Likert dalam penelitian ini adalah Likert-Type enam poin atau Skala Likert yang dimodifikasi atau skala *Likert-Type*. Penentuan penggunaan keenam jenis penilaian pada skala Likert ini didasarkan pada kenyataan bahwa responden seringkali cenderung memberikan jawaban di tengah atau biasanya dalam bentuk “netral” dan disisi lain, peneliti tidak dapat memperoleh informasi tertentu. Kecenderungan ini dapat menimbulkan bias deskriptif karena perilaku atau sikap responden tidak dapat ditentukan secara akurat. Untuk mengatasi hal tersebut,

maka penelitian ini menggunakan likert type enam poin berdasarkan rekomendasi dari (Hodge et al., 2022). Nilai Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel III.6 Nilai Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Agak Tidak Setuju (ATS)	3
Agak Setuju (AS)	4
Setuju (S)	5
Sangat Setuju (SS)	6

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

Menurut Chomeya (2010), likert type enam poin ini lebih menghasilkan nilai reliabilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai skala likert yang lain. Penggunaan Skala Likert enam kategori ini akan memberikan responden hasil persepsi yang lebih dapat diandalkan karena *mean* atau apa yang sering digunakan sebagai persepsi "netral" dikecualikan. Selain itu, penggunaan likert-type enam poin ini juga bertujuan untuk mempermudah responden dalam menjawab pernyataan yang diberikan oleh peneliti di kuesioner. Penggunaan Skala Likert yang dimodifikasi atau skala *Likert-Type* dalam penelitian ini mencakup kategori tanggapan dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju".

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mendukung proses pengolahan data agar menjadi informasi yang nantinya dapat menjadi bahan analisa dan memberikan hasil penelitian. Menurut (Sugiyono, 2018) teknik analisis data disusun menjawab masal dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti. Adapun analisis data yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan *software* SPSS dan SEM (*Structural Equation Modeling*) dari paket statistik AMOS untuk mengolah dan menganalisis data penelitian. *Structural Equation Modeling* ini digunakan pada penelitian ini karena SEM dapat menyelesaikan model

persamaan dengan variabel terikat lebih dari satu. Selain itu, SEM terbukti lebih akurat daripada analisis regresi linear.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk menggambarkan respon dari setiap responden berdasarkan kuesioner yang disiapkan oleh peneliti. Pendekatan ini merupakan penyajian melalui tabel atau grafik dengan perhitungan data yang menghitung frekuensi atau persentase total. Contoh teknik analisis deskriptif adalah menyajikan data menggunakan tabel atau grafik dan menghitung data menggunakan frekuensi dan persentase.

3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas menentukan dapat tidaknya suatu penelitian diukur dengan ukuran penelitian yang digunakan, valid artinya pengukuran tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018). Indikator atau dimensi yang digunakan harus mencerminkan karakteristik variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Ketika mengevaluasi suatu kuesioner, mengukur validitas sangat penting karena berkaitan dengan validitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas ini dilakukan untuk menentukan apakah kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini valid. Untuk dapat melihat hubungan dalam validitas, maka dalam penelitian ini akan menggunakan Factor Analysis yang berupa *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dengan menggunakan perangkat lunak SPSS dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan menggunakan perangkat lunak AMOS.

Exploratory Factor Analysis (EFA) berfungsi sebagai indikator faktor-faktor yang menjelaskan hubungan antar variabel, kemudian digunakan untuk melihat validitas hubungan. Uji EFA ini digunakan karena skor dalam penelitian ini merupakan hasil adaptasi. Sedangkan

Confirmatory Factor Analysis (CFA) digunakan karena berfungsi untuk mengukur seberapa baik variabel yang diukur mewakili konstruk penelitian (Hair et al., 2017).

3.6.3 Uji Reliabilitas

Setelah mengukur validitas instrumen penelitian, langkah selanjutnya adalah mengukur reliabilitas data dan instrumen penelitian. Uji reliabilitas adalah indeks numerik yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Tujuannya adalah untuk memastikan dan mengetahui bahwa jawaban yang diberikan oleh responden tidak terlalu berbeda dalam jangka waktu tertentu, sehingga pengukuran yang dilakukan dapat diandalkan (Hair et al., 2017).

Penelitian ini menggunakan pengujian statistik *Cronbach Alpha* yang berfungsi untuk menguraikan hubungan antara skala yang diukur dengan semua variabel yang ada. Dalam pengujian *Cronbach Alpha* ini, peneliti menggunakan signifikansi dengan batas sebesar 0,7 dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0,7 maka butiran pertanyaan memiliki reliabilitas yang memadai. Sedangkan jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih kecil dari 0,7 maka butiran pertanyaan tersebut tidak reliabel. Secara detailnya, jika keandalan bernilai lebih kecil dari 0,6 maka reliabilitas dikatakan buruk, keandalan sebesar 0,7 maka reliabilitas dapat diterima dan keandalan sebesar 0,8 dikatakan baik (Hair et al., 2017).

3.6.4 Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, peneliti menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Ghozali (2018) tahap yang harus dilakukan terlebih dahulu untuk menguji hipotesis adalah mengecek cocok atau tidaknya sebuah model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan tiga bagian berikut ini:

a. *Absolute Fit Indices*

Absolute fit indices merupakan pengujian dasar *Structural Equation Modeling* (SEM) yang mengukur semua model fit secara bersamaan, baik model struktural maupun model pengukuran. Berikut adalah *model fit index* menggunakan SEM untuk menguji apakah model tersebut dapat diterima atau tidak:

a) *Chi-Square* (CMIN)

Chi-Square merupakan metrik dasar untuk mengukur atau menguji model penelitian secara keseluruhan. *Chi-Square* ini sangat sensitif terhadap ukuran sampel yang digunakan. Model yang diuji dianggap baik atau memuaskan jika nilai *chi-square*nya rendah. Semakin rendah nilai *chi-square* (CMIN), maka model tersebut semakin baik dan diterima berdasarkan probabilitas (p) dengan nilai *cut-off* sebesar $p > 0,05$. Sampel yang terlalu rendah (di bawah 50) atau sampel yang terlalu besar akan sangat mempengaruhi *Chi-Square*. Oleh karena itu, penggunaan *chi-square* hanya tepat jika ukuran sampel lebih besar dari 50. Jika ukuran sampel kurang dari 50, maka reliabilitas uji signifikansi menurun, sehingga pengujian ini harus dilengkapi dengan alat pengujian lainnya.

b) *Goodness of Fit Index* (GFI)

Goodness of Fit Index (GFI) merupakan indeks yang menghitung proporsi varians dalam matriks kovarians sampel yang memiliki rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai GFI dapat dikatakan baik jika nilainya $\geq 0,90$. Lalu jika nilai yang mendekati 1 maka menunjukkan akurasi yang baik.

c) *Adjusted Goodness-of-Fit Index* (AGFI)

Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI) merupakan proporsi evaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas ke *Structural Equation Modeling* (SEM). Nilai AGFI berkisar dari 0 hingga 1,0, dengan $AGFI \geq 0,90$ menunjukkan kecocokan yang baik atau *good*

fit dan $0.80 \leq AGFI \leq 0.90$ menunjukkan kecocokan marginal atau *marginal fit*.

d) *CMIN/DF*

Nilai *CMIN/DF* ini dihasilkan dari hasil uji statistik chi-square (*CMIN*) dibagi dengan *Degree of Freedom* (*DF*) yang merupakan salah satu indikator dalam pengukuran tingkat fit sebuah model penelitian. Nilai *CMIN/DF* yang diharapkan adalah $\leq 2,00$ yang menunjukkan adanya penerimaan model penelitian.

e) *Tucker Lewis Index* (*TLI*)

Tucker lewis index (*TLI*) merupakan nilai yang diharapkan dari tolak ukur penerimaan model. Suatu model dapat diterima dan dikatakan baik atau *good fit* jika memiliki nilai ≥ 0.95 atau mendekati nilai 1.0.

f) *Comparative Fit Index* (*CFI*)

Indeks ini tidak terpengaruh oleh ukuran sampel karena ukuran yang sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Nilai indeks *CFI* bervariasi dari 0 hingga 1, dimana jika mendekati 1 berarti tingkat akseptabilitas model semakin tinggi. Nilai *CFI* yang diharapkan adalah 0,95. Indeks *TLI* dan *CFI* sangat direkomendasikan untuk pengujian model karena relatif tidak sensitif terhadap ukuran sampel dan kurang bergantung pada kompleksitas model.

g) *The Root Mean Square Error of Approximation* (*RMSEA*)

The Root Mean Square Error of Approximation (*RMSEA*) ini dapat digunakan untuk menentukan statistik chi-square dalam sampel banyak. Nilai *RMSEA* menunjukkan kualitas kecocokan yang dapat diharapkan ketika model dievaluasi secara bersama-sama. Nilai *RMSEA* yang kurang dari atau sama dengan 0,08 menunjukkan bahwa model diterima.

Tabel III.7 *Goodness of Fit Indices*

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
Chi-Square	Diharapkan Kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$
RMSEA	$\leq 0,08$

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

Ketika menguji hipotesis yang menggambarkan hubungan sebab akibat dari setiap variabel yang dikembangkan dalam penelitian ini, maka hipotesis harus diuji. Hasil pengujian hipotesis tentang hubungan antar variabel ditunjukkan sesuai dengan nilai yang muncul pada uji total standardized total effect, artinya hasil pengolahan data dan pengujian berbagai metode menunjukkan seberapa kuat pengaruh antar variabel yang dibahas dalam penelitian ini.

Uji -t dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel independen untuk variabel dependen secara terpisah, dengan variabel lainnya dianggap konstan. Nilai kritis (t tabel) untuk sampel besar (> 30) dengan tingkat probabilitas 0,05 atau 5 adalah 1,96. Dengan cara ini dapat dikatakan jika hubungan antar variabel memiliki nilai (ttabel) $> 1,96$ dan probabilitas $< 0,05$ atau 5% berarti hipotesis diterima dengan pengaruh positif dan signifikan dan juga sebaliknya.

b. *Incremental Fit Indices*

Incremental Fit Indices merupakan alat perbandingan model yang telah diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti.

c. *Parsimony Fit Indices*

Parsimony Fit Indices merupakan alat penyesuaian terhadap pengukuran *fit* agar dapat membandingkan antar model penelitian.