

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada salah satu daerah Kota Bandung yang berlokasi di daerah Puncut lebih tepatnya pada lokasi wisata *Art Museum Sudut Cerita* dengan objek penelitiannya yaitu pelancong yang pernah berkunjung ke *Art Museum Sudut Cerita* minimal satu kali atau yang sedang berkunjung ke *Art Museum Sudut Cerita*. Alasan memiliki *Art Museum Sudut Cerita* karena menjadi salah satu lokasi favorit dan menurut data dari Kompas.com (2020) dan BookingToGo (2021) Sudut Pandang menjadi *list* lokasi nomor satu dan nomor dua saat berkunjung ke Kota Bandung dikarenakan tempat ini memiliki instalasi seni yang artistik yang banyak disukai oleh kalangan pencipta seni.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Akuisisi informasi dalam studi ini memanfaatkan metode penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada partisipan guna menggali perspektif yang lebih terperinci. Dalam analisisnya, teknik statistik dipakai untuk mengungkap makna yang terdapat di balik data yang dikumpulkan, dengan tujuan memahami secara lebih mendalam tingkat pengaruh *destination image* terhadap *travel motivation*, *perceived value*, dan *electronic word of mouth* untuk melakukan *revisit intention*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan pengunjung domestik yang pernah berkunjung ke *Art Museum Sudut Cerita*, alasan memilih pengunjung domestik berdasarkan data yang diberikan oleh pihak *Art Museum Sudut Cerita* bahwa pengunjung yang datang hanya dari domestik saja.

3.3.2 Sampel

Untuk menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Hair et al. (2020) Rumus Hair yang digunakan adalah $N = (5 \text{ Sampai } 10 \times \text{jumlah indikator})$ berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel maksimal pada penelitian ini adalah: Sampel maksimal: $(51 \times 5) = 255$ responden. Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 255 responden pengunjung pelancong *Art Museum Sudut Cerita*.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel *non-probabilty sampling*. Kriteria yang dipilih dalam penelitian ini yaitu:

1. Pelancong yang pernah berkunjung (minimal satu kali) ke lokasi wisata *Art Museum Sudut Cerita*.
2. Berusia minimal 17 tahun. karena menurut Hurlock dalam Hartono (2019) usia 17 tahun dianggap dewasa dan matang secara hukum, dan berdasarkan hukum didalam UU nomor 22 tahun 2009 pasal 209 pasal 8 ayat 2 dikatakan bahwa pada usia 17 tahun masyarakat sudah memiliki kartu identitas diri karena pada usia tersebut masyarakat dianggap telah bertanggung jawab kepada dirinya sendiri.
3. Berdomisili di Pulau Jawa (Jawa Timur, Jawa Barat, dan Jawa Tengah) dan di luar Pulau Jawa.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah *destination image*.

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah *revisit intention*.

3.4.3 Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* pada penelitian ini adalah *travel motivation*, *perceived value*, dan *electronic word of mouth*.

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Dan Definisi Konseptual	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Destination Image (X)</i>	Definisi Operasional : Menurut Liang dan Xue (2021) Citra lokasi tidak hanya memberikan wawasan atau pengalaman dalam pembentukan citra, tetapi juga membantu organisasi pemasaran lokasi wisata untuk meningkatkan citra lokasi dalam mempromosikan perilaku loyalitas. Definisi Konseptual: <i>Destination Image</i> merupakan keyakinan dan persepsi pelancong terhadap lokasi wisata <i>Art Museum Sudut Cerita</i>	<i>Quality of experience an touristic attraction.</i>	Saya berkunjung ke <i>Art Museum Sudut Cerita</i> untuk mendapatkan kualitas pengalaman dari sebuah karya seni yang disajikan.	Agapito et al. (2013)
		<i>I feel satisfied with the art installations provided by the destinations.</i>	Saya merasa puas dengan instalasi seni yang diberikan <i>Art Museum Sudut Cerita</i> .	
		<i>I feel attracted by the art installations provided.</i>	Saya merasa tertarik dengan instalasi seni yang diberikan tersebut.	
		<i>I have an intention to visit this destination.</i>	Saya memiliki niat untuk mengunjungi lokasi wisata <i>Art Museum Sudut Cerita</i> .	
		<i>I have an intention to recommend this destination.</i>	Saya memiliki niat untuk merekomendasikan <i>Art Museum Sudut Cerita</i> kepada orang lain.	
		<i>Australia service staff are qualified helpful and friendly.</i>	Staf <i>Art Museum Sudut Cerita</i> sangat membantu dan ramah.	
	<i>Affordable ticket prices.</i>	Harga tiket masuk terjangkau.		
	<i>The environtment in Australia is very clean.</i>	Lingkungan di <i>Art Museum Sudut Cerita</i> sangat bersih.		

		<i>Australia is easy to access.</i>	Art Museum Sudut Cerita mudah diakses.	
		<i>Pleasant-Unpleasant.</i>	Saya merasa senang saat berkunjung ke Art Museum Sudut Cerita.	Lin et al. (2007)
		<i>Relaxing-Distressing.</i>	Saya berkunjung ke Art Museum Sudut Cerita untuk merileksasikan diri.	
<i>Travel Motivation (Y1)</i>	<p>Definisi Operasional: Khan et al. (2019) <i>travel motivation</i> adalah keadaan yang memotivasi pelancong untuk mencapai tujuan mereka.</p> <p>Definisi Konseptual: <i>Travel motivation</i> merupakan sebuah dorongan keinginan dari psikologis pada pelancong yang akan menimbulkan sebuah tindakan untuk melakukan suatu perjalanan pada Art Museum Sudut Cerita.</p>	<i>Learning new things, Increasing Knowledge.</i>	Saya berkunjung ke Art Museum Sudut Cerita untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru.	He dan Luo (2020)
		<i>Being together with family and friends.</i>	Saya berkunjung ke Art Museum Sudut Cerita untuk menghabiskan waktu bersama keluarga atau piknik bersama dengan teman.	
		<i>Finding thrills and excitement.</i>	Saya berkunjung ke Art Museum Sudut Cerita untuk bersenang-senang.	
		<i>Change from busy job or study.</i>	Saya berkunjung ke Art Museum Sudut Cerita untuk beristirahat dari kesibukkan kerja atau belajar.	
		<i>Relax and enjoy leisure time.</i>	Saya berkunjung ke Art Museum Sudut Cerita untuk bersantai dan menikmati waktu luang.	

	<i>Stay away from crowd and experience solitude.</i>	Saya berkunjung ke <i>Art Museum</i> Sudut Cerita untuk menjauh dari keramaian dan menikmati kesendirian.	
	<i>Convenient facilities (e.g. restroom, drinking stand).</i>	Fasilitas yang diberikan <i>Art Museum</i> sangat nyaman (misalnya kamar mandi, parkir).	
	<i>Clean accomodation and comfortable accomodation.</i>	Lingkungan akomodasi di sekitar tempat lokasi wisata <i>Art Museum</i> Sudut Cerita nyaman dan bersih.	
	<i>Easy accessibility and conveniencent parking lots.</i>	Akseibilitas <i>Art Museum</i> Sudut Cerita mudah dan memiliki tempat parkir yang nyaman.	
	<i>Going to a place my friends would like to go.</i>	Saya pergi ke <i>Art Museum</i> Sudut Cerita karena menjadi tempat lokasi pilihan teman.	Michael et al. (2020)
	<i>To talk about the trip when returning home.</i>	Saya pergi ke <i>Art Museum</i> Sudut Cerita untuk menceritakan perjalanan saat kembali ke rumah.	

<i>Perceived Value</i> (Y2)	<p><i>Definisi Operasional:</i> <i>Perceived value</i> adalah persepsi pelancong tentang manfaat produk (Andianto & Firdausy, 2020).</p> <p><i>Definis Konseptual:</i> <i>Perceived value</i> merupakan penilaian yang diberikan pengunjung dari produk yang dikonsumsi berdasarkan manfaat yang diterima sebanding atau tidak dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh para pelancong <i>Art Museum Sudut Cerita</i>.</p>	<i>I feel good when I visit tourist destination.</i>	Saya merasa senang saat berkunjung ke <i>Art Museum Sudut Cerita</i> .	Grace dan Lo Iacono (2015)
		<i>I feel at ease when visiting tourist destinations.</i>	Saya merasa tenang ketika mengunjungi <i>Art Museum Sudut Cerita</i> .	
		<i>The staff of these tourist destinations have a friendly demeanor with visitors.</i>	Staf <i>Art Museum Sudut Cerita</i> sifat ramah dan sopan kepada para pengunjung.	
		<i>My experience at this guesthouse was something new and different.</i>	Pengalaman saya di <i>Art Museum</i> ini adalah sesuatu yang baru.	Rasoolimanesh et al. (2020)
		<i>It was memorable experience.</i>	Berkunjung ke <i>Art Museum Sudut Cerita</i> merupakan pengalaman yang tak terlupakan.	
		<i>My visit to this guesthouse was something that I enjoyed.</i>	Kunjungan saya ke <i>Art Museum Sudut Cerita</i> adalah sesuatu yang saya nikmati.	
		<i>The guesthouse was cozy and comfortable.</i>	<i>Art Museum</i> itu nyaman dan aman.	
		<i>The guesthouse was neat and clean.</i>	<i>Art Museum Sudut Cerita</i> rapi dan bersih.	
		<i>The guesthouse was accessible.</i>	<i>Art Museum</i> itu mudah diakses.	

		<i>The guesthouse staff were friendly and courteous.</i>	Staf Art Museum Sudut Cerita ramah dan sopan.	
		<i>The guesthouse staff were able to converse well</i>	Staf Art Museum Sudut Cerita mampu berinteraksi dengan pengunjung.	
<i>Electronic Word of Mouth</i> (Y3)	<p>Definisi Operasional: Confente dan Vigolo (2018) menyebutkan <i>electronic word of mouth</i> sebagai interaksi lisan antara penerima dan komunikator.</p> <p>Definisi Konseptual: <i>Electronic word of mouth</i> merupakan pernyataan baik atau buruk mengenai lokasi wisata Art Museum Sudut Cerita yang dibuat oleh calon pelancong Art Museum Sudut Cerita, pelancong yang akan berkunjung ke Art Museum Sudut Cerita, maupun pelancong yang pernah berkunjung ke Art Museum Sudut Cerita.</p>	<i>I spoke of this company much more frequently than about companies of any other type</i>	Saya lebih sering membicarakan Art Museum Sudut Cerita dibandingkan dengan lokasi lainnya.	Goyette et al. (2010)
		<i>I spoke of this company to many individuals.</i>	Saya membicarakan destinasi ini kepada banyak orang.	
		<i>I recommended this company.</i>	Saya akan merekomendasikan lokasi ini kepada orang lain.	
		<i>I speak of this company's good sides.</i>	Saya akan membicarakan hal baik tentang lokasi ini.	
		<i>I mostly say positive thing to others.</i>	Saya sering mengatakan hal yang positif kepada orang lain.	
		<i>I have spoken favorably of this company to others.</i>	Saya telah membicarakan lokasi ini kepada orang lain.	
		<i>I discuss the user-friendliness of its digital social.</i>	Saya membahas keramahan pengguna pada digital sosial lokasi tersebut.	
		<i>I speak of the company's notoriety.</i>	Saya akan membicarakan tentang ketenaran lokasi ini.	
		<i>I want to give others the opportunity to have a good restaurant experience.</i>	Saya ingin memberikan kesempatan kepada orang lain untuk mendapatkan pengalaman dari tempat lokasi yang baik.	Jeong dan Jang (2011)

		<i>This way I can express my job about a good restaurant experience.</i>	Dengan cara ini saya dapat mengeskpresikan kegembiraan saya tentang lokasi wisata yang bagus dan baik.	
		<i>I am so satisfied with the restaurant experience that I want to help the restaurant to be successful.</i>	Saya sangat puas dengan pengalaman di lokasi wisata sehingga saya ingin membantu lokasi wisata ini menjadi sukses.	
		<i>In my opinion, good restaurant companies should be supported.</i>	Menurut saya, lokasi wisata yang baik harus didukung.	
<i>Revisit Intention (Z)</i>	<p>Definisi Operasional: Kawatu et al. (2020) <i>revisit intention</i> merupakan tanggapan langsung terhadap suatu tindakan dimana pelancong melkakukan tindakn untuk membeli produk dimasa mendatang.</p> <p>Definisi Konseptual: <i>Revisit intention</i> merupakan niat perilaku dari pelancong untuk mengeksplor kembali ke lokasi wisata <i>Art Museum Sudut Cerita</i>.</p>	<i>I will revisit the destination on my next vacation.</i>	Saya akan mengeksplor kembali ke <i>Art Museum Sudut Cerita</i>	Chung-Hsien Lin (2014)
		<i>Likely to be the next vacation destination.</i>	Saya akan mengeksplor kembali ke <i>Art Museum Sudut Cerita</i> di liburan selanjutnya.	
		<i>I will recommend tourist destinations to people who are looking for tourist destinations in the Bandung city area.</i>	Saya akan merekomendasikan <i>Art Museum Sudut Cerita</i> kepada teman atau keluarga yang mencari lokasi wisata di daerah Kota Bandung.	
		<i>I will give others a positive imperession of the destinations.</i>	Saya akan memberikan kesan positif tentang <i>Art Museum Sudut Cerita</i> kepada orang lain.	

	<i>I would visit Alanya more frequently.</i>	Saya akan mengunjungi <i>Art Museum</i> Sudut Cerita lebih sering.	Dedeoğlu (2019)
	<i>Alanya would be my first choice over other destinations.</i>	<i>Art Museum</i> Sudut Cerita menjadi pilihan pertama saya dibandingkan lokasi lainnya.	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

3.5 Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam riset ini adalah formulir tanya jawab atau angket. Formulir tersebut bakal disebarluaskan kepada para pengunjung *Art Museum* Sudut Cerita melalui Google *form* untuk menghimpun informasi yang diperlukan dalam penelitian ini dan menjawab tantangan yang diajukan dalam konteks riset ini.

3.5.1 Skala Pengukuran

Penelitian ini memanfaatkan alat penelitian berupa 51 pernyataan yang sudah terstruktur, diminta untuk direspons oleh peserta penelitian melalui kuesioner yang menggunakan skala Likert mulai dari 1 hingga 6. Skala tersebut mencakup rentang opini dari Sangat Tidak Setuju pada poin 1, Tidak Setuju pada poin 2, Sedikit Tidak Setuju pada poin 3, Sedikit Setuju pada poin 4, Setuju pada poin 5, hingga Sangat Setuju pada poin 6. Skala ini digunakan agar responden tidak menjawab netral pada pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Alasan menggunakan *skala likert 6 point* karena memudahkan responden menjawab pernyataan yang disajikan serta *skala likert 6 point* cenderung mendapatkan hasil reliabilitas yang tinggi, sehingga penggunaan untuk penelitian ini sangat baik.

Tabel 3. 2 Bobot Skala Likert 6 Point

Jawaban	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Sugiyono (2019)

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) memiliki bobot terendah dengan *point* 1, sedangkan bobot rating tertinggi yaitu jawab SS (Sangat Setuju) dengan *point* 6.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data dengan SPSS versi 25 untuk menentukan analisis deskriptif, uji validitas EFA (*Exploratory Factor Analysis*), dan uji reliabilitas. Penelitian ini juga menggunakan aplikasi Amos versi 24 untuk menentukan uji dan uji hipotesis dengan metode SEM (*Structural Equation Modelling*). SEM (*Structural Equation Modelling*) adalah teknik analisis multivariat yang dapat diterapkan untuk memvisualisasikan keterhubungan sekaligus secara linier antara variabel-variabel yang diamati (indikator) serta variabel-variabel tak terukur (laten). Sedangkan menurut Ramadiani yang dikutip oleh Wala (2020) SEM adalah singkatan dari *Structural Equation Model* Sebagai generasi kedua dari struktur model persamaan, ia memfasilitasi pengujian relasi antar variabel yang rumit dalam analisis multivariat baik *recursive* maupun *nonrecursive* untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai suatu model. Penerapan SEM dalam studi ini dipilih karena SEM menawarkan ketelitian yang tinggi, memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengidentifikasi hubungan antara variabel, tetapi juga untuk memahami elemen-elemen yang membentuk variabel dan menilai kekuatannya secara rinci.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik riset dengan cara menghimpun data yang pas betul, kemudian data tersebut diolah serta diselidiki untuk menghadirkan pandangan umum mengenai isu yang ada. Hasil analisis ditunjukkan dalam format tabel konvensional atau tabel kejadian, bagan, dan skema.

3.6.2 Uji Validitas

Demi menegakkan keabsahan pada uji coba dalam penelitian ini dipakai *factor analysis*. *Factor analysis* yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*). EFA (*Exploratory Factor Analysis*) digunakan untuk memahami antar variabel mengembangkan pernyataan tentang topik penelitian, dan mengidentifikasi variabel laten. Alasan menggunakan EFA (*Exploratory Factor Analysis*), karena dapat membantu peneliti untuk membangun hubungan antara indikator dan variabel sebelum pindah ke tahap selanjutnya.

CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) digunakan untuk menguji atau mengkonfirmasi model dari yang dihipotesiskan. Alasan Menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*), karena variabel yang diamati (variabel manifest/indikator) merupakan indikator yang tidak sempurna dari variabel laten atau konstruksi dasar. Dalam uji validitas bisa saja hanya menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*), namun hasil dari hasil dari EFA (*Exploratory Factor Analysis*) memungkinkan peneliti untuk melihat lebih dalam tentang struktur faktorial yang mendasari indikator yang diukur. Ketika dimensi atau faktor baru muncul dari hasil EFA (*Exploratory Factor Analysis*), ini menunjukkan adanya aspek atau karakteristik baru yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan teori atau model yang sedang diteliti.

Proses ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang sedang diteliti.

Dengan demikian, EFA (*Exploratory Factor Analysis*) memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi konstruksi yang mendasari data lebih jauh daripada CFA (*Confirmatory Factor Analysis*). Dimensi baru yang muncul dari EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dapat memberikan wawasan tambahan dan membantu peneliti untuk mengembangkan teori atau model yang lebih mendalam dan akurat. Oleh karena itu, EFA (*Exploratory Factor Analysis*) sangat penting dalam proses pengembangan dan validasi instrumen pengukuran serta dalam memahami konsep atau fenomena yang sedang diteliti.

3.6.3 Uji Reliabilitas

Untuk melakukan pengujian pada reliabilitas teknik yang digunakan yaitu *cronbach's alpha* (α) yang menyatakan bahwa suatu kuesioner dikatakan reliabel, jika memiliki nilai *alpha* di atas nilai $\leq 0,06$ hasilnya kurang baik dan 0.7 sampai 0.8 hasilnya diterima. Sedangkan reliabilitas yang dapat dikatakan baik jika nilainya 0.8 sampai 1.

3.6.4 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Structural Equation Modelling* atau SEM dengan alat ukur menggunakan software AMOS versi 24. Uji kecocokan berdasarkan *fit indices*, *inremental indeces*, dan *parsimony fit indices*. *Absolute fit indices* merupakan pengujian yang paling mendasar pada SEM. *Absolute fit indices* ini untuk mengukur *fit* secara keseluruhan mulai dari model struktural maupun model pengukuran secara bersamaan. Alat ukur *Absolute Fit Indices* dibagi menjadi tujuh yaitu:

a. Chi-Square (CMIN)

Chi-square adalah alat ukur yang paling mendasar untuk digunakan mengukur *overall fit*. Jika jumlah sampel yang digunakan melebihi dari 200 sampel, maka *chi-square*nya dibantu oleh alat ukur model lainnya. Model yang diuji akan dipandang baik atau memiliki hasil memuaskan. Jika hasil *chi-square*nya rendah, semakin kecil hasil nilai *chi-square*nya, maka hasil modelnya semakin baik dan diterima sesuai dengan probabilitas (p) dengan *cut off value* sebesar $p > 0,05$. Sampel yang terlalu besar dan terlalu kecil akan mempengaruhi hasil nilai *chi-square*nya. Oleh karena itu pengguna *chi-square* harus sesuai dengan alat ukur sampel antara 100 atau 200. Jika hasilnya lebih dari sampel tersebut maka alat ukurnya harus dilengkapi dengan alat ujinya lainnya

b. RMSEA (Root Mean Square of Approximation)

Indeks kesesuaian pada GFI memiliki ukuran mulai dari rentang antara 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai GFI yang diharapkan adalah 0,95. Karena dari nilai tersebut menunjukkan *fit* yang lebih tinggi.

c. GFI (Goodnes of Fit Index)

Indeks kesesuaian pada GFI memiliki ukuran mulai dari rentang antara 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai GFI yang diharapkan adalah 0,95. Karena dari nilai tersebut menunjukkan *fit* yang lebih tinggi.

d. AGFI (Adjusted Godness of Fit Index)

AGFI merupakan hasil modifikasi antara GFI untuk *degree of freedom* (df) dalam model. Indeks yang dimiliki

AGFI yaitu lebih besar atau sama dengan 0,9 ($AGFI \geq 0,9$) berarti model dinyatakan *good fit* sedangkan jika indeks modelnya ($0,08 \leq AGFI \leq 0,9$) maka model tersebut dinyatakan *fit marginal*.

e. CMIN/DF

CMIN/DF merupakan hasil dari statistik *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom* (df) yang merupakan indikator dari salah satu tingkat *fit* sebuah model. Indeks yang diharapkan untuk CMIN/DF adalah kurang dari $\leq 0,02$ yang menunjukkan penerimaan model.

f. TLI (*Tucker Lewis Index*)

Nilai yang diharapkan untuk sebuah acuan diterimanya sebuah model adalah sebesar $> 0,95$ dan nilai yang mendekati hasil 0,1 menunjukkan bahwa indeks tersebut *very good fit*.

g. CFI (*Comparative Fit Index*)

Kualitas model tidak terpengaruh oleh jumlah contoh yang digunakan dalam penelitian, karena indeks ini sangat berguna dalam mengevaluasi kelayakan suatu model. Rentang nilai CFI berkisar antara 0 hingga 1, sehingga semakin mendekati 1, menandakan kualitas model yang lebih tinggi. Nilai yang diharapkan untuk CFI adalah setidaknya 0,85. Dalam pengujian model, disarankan untuk menggunakan indeks TLI dan CFI karena keduanya relatif tidak sensitif terhadap ukuran sampel dan cenderung tidak dipengaruhi oleh kompleksitas model.

Tabel 3. 3 Indeks Alat Ukur *Absolute Fit Indices*

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

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

