

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **3.1.1 Waktu Penelitian**

Peneliti memulai penelitian ini pada bulan Juli 2024 dengan melakukan observasi terkait topik atau judul penelitian. Setelah itu, pada tahap berikutnya, yaitu seminar proposal yang dilaksanakan pada bulan November 2024, penyebaran kuesioner dan olah data pada bulan November – Desember 2024, dan tahap akhir yaitu mengajukan skripsi pada bulan Januari 2025.

##### **3.1.2 Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan cara daring melalui platform Google Formulir dengan menggunakan salah satu metode pengumpulan data berupa kuesioner yang disebar secara langsung dan juga secara daring kepada wisatawan di wilayah Yogyakarta. Pemilihan Yogyakarta sebagai tempat penelitian didasarkan karena objek penelitian yang dipilih adalah Makam Raja Imogiri, Yogyakarta. Makam Raja Imogiri, atau yang dikenal juga sebagai Makam Pamijatan merupakan kompleks pemakaman kerajaan yang terletak pada lereng perbukitan di Imogiri, Kabupaten Bantul, Yogyakarta.



Kompleks pemakaman ini memiliki desain arsitektur tradisional jawa dengan pintu-pintu gapura yang megah dan anak tangga yang saling menghubungkan berbagai tempat atau tingkat kompleks makam, yakni Astana Kasultanan Agung, wilayah makam Raja Surakarta Hadiningrat, dan wilayah makam Raja Yogyakarta Hadiningrat(DIY, 2023). Dengan potensi *dark tourism* yang dimiliki destinasi ini seperti berziarah dan mendapatkan pengetahuan tentang raja-raja terdahulu, tentang peristiwa yang berkaitan dengan raja-raja serta keturunannya yang dimakamkan di tempat ini, dan juga ada berbagai acara yang bisa di saksikan dan diikuti langsung oleh para wisatawan yang hanya dilakukan di waktu tertentu seperti:

*Intelligentia Dignitas*

## 1. Upacara Nguras Enceh

Upacara nguras enceh adalah sebuah tradisi ritual Masyarakat sekitar yang dilakukan satu kali setiap tahunnya pada hari Jum'at kliwon atau Selasa kliwon pada bulan Suro dengan penanggalan jawa. Ritual ini dilakukan dengan membersihkan gentong yang berada di Makam Raja Imogiri dengan makna upaya membersihkan diri dan hati dari hal-hal kotor, serta sebagai bentuk penghormatan kepada Sultan Agung (Center of Excellence, 2024).



**Gambar 3 2 Upaca Nguras Enceh**  
Sumber: Center of Excellence (2024)

## 2. Upacara Nyadran

Upacara nyadran adalah suatu rangkaian upacara adat yang dilakukan di bulan ruwah dan bertujuan untuk mendoakan roh leluhur dan mengingatkan diri paada kematian, selain itu tradisi ini juga dijadikan sebagai

momentum untuk menjaga kerukunan dan hangatnya persaudaraan (DIY, 2024).

### **3.2 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Zaluchu (2020), penelitian kuantitatif mengandalkan kuesioner dan data berupa angka, tabel, serta perhitungan statistik atau matematis untuk mengambil kesimpulan atau keputusan. Sebagai upaya mendukung metode tersebut, peneliti melaksanakan survei dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Menurut Adnyana (2021), populasi merujuk pada keseluruhan elemen dalam penelitian atau wilayah generalisasi yang mencakup objek maupun subjek dengan karakteristik dan atribut tertentu. Sedangkan, Sampel merupakan subset dari populasi yang memiliki karakteristik serupa dan bersifat representatif, sehingga dapat menggambarkan serta mewakili keseluruhan populasi yang diteliti. (Rahim, 2021).

#### **3.3.1 Populasi**

Target populasi penelitian ini terdiri dari individu-individu yang tertarik atau ingin berkunjung ke Makam Raja Imogiri. Penelitian ini menargetkan populasi tak terhingga (*infinite population*) karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti populasi yang sesuai kriteria.

### 3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih sesuai dengan kriteria penelitian. Kriteria tersebut mencakup individu yang berusia minimal 17 tahun, pernah melihat atau mendengar ulasan mengenai Makam Raja Imogiri setidaknya satu kali di Internet, serta wisatawan yang telah berkunjung ke Makam Raja-Raja Imogiri setidaknya satu kali dalam lima tahun terakhir.

Menurut Hair (2018) dalam Rasya *et al.* (2024) beberapa pedoman yang bisa dipergunakan ialah sebagai berikut:

1. Untuk menggunakan teknik estimasi *Maximal Likelihood* (ML) ukuran sampel sebaiknya antara 100 hingga 200.
2. Dengan pedoman sekitar 5 hingga 10 kali jumlah parameter, jumlah sampel dapat bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi.
3. Jumlah sampel juga bisa ditentukan berdasarkan banyaknya indikator yang ada dalam variabel yang dibuat. Pedomannya adalah jumlah sampel sekitar 5 sampai 10 kali lipat dari jumlah indikator dalam variabel tersebut.
4. Jika ukuran sampel sangat besar, peneliti dapat menggunakan teknik estimasi yang paling sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Merujuk pada pedoman tersebut, dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk mengikuti pedoman yang ketiga, yang berfokus pada

jumlah indikator yang digunakan dalam variabel. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan adalah jumlah indikator yang dikalikan 5 hingga 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini yaitu 30 indikator, lalu dikalikan dengan 7 yaitu 210 sampel. Maka dari itu, peneliti menggunakan 210 sampel. Alasan peneliti tidak menggunakan batas bawah (dikali 5) karena jumlah sampel yang akan didapat terlalu sedikit, sedangkan syarat penggunaan SEM menuntut ukuran sampel minimum 200 (Dash dan Paul, 2021). Alasan peneliti tidak menggunakan batas atas (dikali 10) juga karena sampel yang akan didapat terlampaui banyak sehingga memerlukan waktu penelitian yang lebih lama.

### 3.4 Pengembangan Instrumen

Penelitian ini menggunakan dua kategori variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. *EWOM*, *destination image*, dan *accessibility* sebagai variabel dependen. *Visit intention* dan *visit decision* sebagai variabel independen. Setiap variabel akan dijelaskan melalui beberapa indikator yang mengacu pada penelitian terdahulu. Proses penyusunan instrumen berdasarkan variabel yang telah ditetapkan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

| Variabel              | Dimensi                            | Indikator Asli  | Indikator Adaptasi                                    | Sumber  |
|-----------------------|------------------------------------|---|---|---|
| <i>Visit decision</i> | Pemenuhan kebutuhan atau keinginan | Saya memutuskan membeli merek atau produk yang diiklankan melalui videotron | Saya memutuskan mengunjungi Makam Raja Imogiri karena | (Yosandri <i>et al.</i> , 2022; Rasya <i>et al.</i> , 2024) |

|                        |                      |  |   |
|------------------------|----------------------|--|---|
|                        |                      | karena sesuai dengan kebutuhan saya  | sesuai dengan keinginan saya.   |
|                        |                      | Saya terdorong untuk membeli suatu produk karena iklan di videotron  | Saya terdorong untuk mengunjungi Makam Raja Imogiri karena melihat ulasan di jejaring sosial.   |
|                        | Pencarian Informasi  | Setelah melihat iklan di videotron, saya pernah tertarik dan mencari tahu tentang merek atau produk yang diiklankan                      | Setelah melihat ulasan di jejaring sosial, saya pernah tertarik dan mencari tahu tentang lokasi wisata Makam Raja Imogiri   |
|                        | Evaluasi Alternatif  | Selalu melakukan perbandingan dan pertimbangan baik mengenai harga dan kualitas sebelum membeli produk yang diiklankan melalui videotron | Saya selalu melakukan perbandingan dan pertimbangan, baik mengenai harga tiket masuk, atraksi wisata di dalamnya, akses lokasi, dan lainnya sebelum berkunjung ke tempat destinasi wisata |
|                        | Keputusan Perjalanan | Menawarkan lingkungan alam indah dan segar   | Saya merasa keputusan berkunjung yang tepat karena Makam Raja Imogiri menawarkan lingkungan alam yang segar dan sejarah yang sangat menarik di dalamnya                                   |
|                        |                      | Saya pernah melakukan pembelian produk, setelah saya mencari tau tentang produk yang diiklankan melalui videotron                        | Saya memutuskan mengunjungi Makam Raja Imogiri setelah saya mencari tau tentang Makam Raja Imogiri  |
| <b>Visit intention</b> | Minat Transaksional  | Saya memprediksi akan pergi ke   | Saya memprediksi akan pergi ke  |

(Anwani, 2021; Fauziah *et al.*,

|                                 |   |   |  |
|---------------------------------|---|---|--|
|                                 | Kota Yogyakarta untuk berlibur di masa depan  | Makam Raja Imogiri untuk berlibur di masa depan   | 2022; Rasya <i>et al.</i> , 2024)                                |
|                                 | Iklan yang ditayangkan melalui videotron berdampak positif terhadap niat membeli saya terhadap suatu merek. | Ulasan yang terdapat pada jejaring sosial berdampak positif terhadap niat berkunjung saya ke Makam Raja Imogiri |  |
| Minat Preferensial              | Saya bersedia berkunjung ke Kota Yogyakarta karena memiliki wisata budaya sebagai daya tarik                | Saya bersedia berkunjung ke Makam Raja Imogiri karena memiliki <i>dark tourism</i> sebagai daya tarik           |  |
| Minat Eksploratif               | Saya mengumpulkan informasi sebanyak mungkin sebelum membeli produk yang diiklankan melalui videotron       | Saya mengumpulkan informasi sebanyak mungkin sebelum berkunjung ke lokasi wisata Makam Raja Imogiri             |  |
| Minat Referensial               | Pantai Baru menawarkan keunikan maka saya ingin mengajak teman/saudara berkunjung ke Pantai Baru            | Makam Raja Imogiri menawarkan keunikan maka saya ingin mengajak teman/saudara berkunjung ke Makam Raja Imogiri  |  |
| <i>Electronic Word of Mouth</i> | Banyak komentar dari konsumen yang pernah membeli Ayam Panggang Bu Setu dalam jejaring sosial               | Saya melihat banyak ulasan dari pengunjung yang pernah berkunjung ke Makam Raja Imogiri dalam jejaring sosial   | (Asmawati <i>et al.</i> , 2024; Puspitaningtyas dan Saino, 2019) |
|                                 | Consumers commented on Kedai Ice Kepal on Instagram   | Saya melihat pengunjung berkomentar pada Destinasi Makam Raja Imogiri di jejaring sosial                        |  |

|                          |                        |   |   |   |
|--------------------------|------------------------|---|---|---|
| <i>Valence Opinion</i>   |                        | Consumers proudly tell others that they are customers of Kedai Ice Kepal on Instagram   | Saya melihat pengunjung dengan bangga mengatakan bahwa mereka pernah mengunjungi Makam Raja Imogiri di google maps/jejaring sosial  |   |
| <i>Content</i>           |                        | Consumers leave positive comments about Kedai Ice Kepal on Instagram  | Saya melihat pengunjung meninggalkan komentar positif mengenai Makam Raja Imogiri di google maps/jejaring sosial  |   |
| <i>Destination image</i> | <i>Cognitive Image</i> | Komentar konsumen tentang kualitas rasa, tampilan produk, dan variasi menu tambahan Ayam Panggang Bu Setu pada jejaring sosial. | Saya melihat terdapat komentar pengunjung terkait Makam Raja Imogiri seperti kondisi lokasi, harga tiket, dan lainnya yang disertai foto pengunjung yang mereka upload pada jejaring social |   |
| <i>Destination image</i> | <i>Cognitive Image</i> | Consumers create Instastories about Kedai Ice Kepal on Instagram  | Saya melihat pengunjung membuat konten tentang Makam Raja Imogiri pada jejaring sosial  | (Indana <i>et al.</i> , 2024; Yosandri <i>et al.</i> , 2022)                              |
|                          |                        | Informasi yang ditemukan di google jelas dan lengkap  | Saya pikir informasi tentang Makam Raja imogiri yang ditemukan di google jelas dan lengkap  | Saya pikir Jakarta Aquarium Safari mempunyai berbagai macam hewan akuatik dan non-akuatik |
|                          |                        |   | Saya pikir Jakarta Aquarium Safari mempunyai berbagai warisan peninggalan Kerajaan Mataram.   |   |

|                        |   |   |
|------------------------|---|---|
| <i>Unique Image</i>    | Memiliki icon unik berupa curug dan air terjun  | Destinasi Makam Raja Imogiri memiliki icon unik berupa makam raja-raja, arsitektur tradisional jawa, dan peninggalan sejarah  |
| <i>Affective Image</i> | Saya pikir destinasi Jakarta Aquarium Safari menampilkan keindahan alam bawah laut<br><br>Saya pikir destinasi Jakarta Aquarium Safari merupakan destinasi yang dapat menenangkan pikiran Pengunjung memperoleh kenyamanan saat berkunjung ke Lembah Tepus      | Destinasi wisata Makam Raja Imogiri menampilkan nilai sejarah dan memberikan pengalaman spiritual di dalamnya.<br><br>Saya pikir destinasi Makam Raja Imogiri merupakan destinasi yang dapat menenangkan pikiran Saya pikir pengunjung akan memperoleh kenyamanan saat berkunjung ke Makam Raja Imogiri     |
| <i>Accessibility</i>   | Akses Informasi   | Informasi menuju lokasi objek wisata Taman Safari Cisarua Bogor dapat saya temui melalui peta digital (google maps, waze, yandex maps, dsb).<br><br>Informasi menuju lokasi objek wisata Taman Safari Cisarua Bogor dapat saya tanyakan melalui teman atau kerabat yang pernah melakukan kunjungan ke sana. |
|                        | Saya dapat menemui informasi lokasi objek wisata Makam Raja Imogiri melalui peta digital (google maps, waze, i-maps, dsb).<br><br>Saya dapat menanyakan informasi menuju Makam Raja Imogiri melalui teman atau kerabat yang pernah melakukan kunjungan ke sana. | (Fauziah <i>et al.</i> , 2022; Hanifah <i>et al.</i> , 2024; Yosandri <i>et al.</i> , 2022)   |

|                        |   |   |
|------------------------|---|---|
| Akses Jalan            | Saya merasa perjalanan antara objek wisata dengan pusat Kota Yogyakarta tidak jauh                  | Saya pikir perjalanan antara Makam Raja Imogiri dengan pusat Kota Yogyakarta tidak jauh                         |
|                        | Pantai Baru banyak petunjuk arah mudah untuk akses ke lokasi  | Saya pikir banyak petunjuk arah yang memudahkan akses ke lokasi Makam Raja Imogiri.                             |
|                        | Saya merasa ketersediaan rute jalan alternative yang banyak untuk menuju objek wisata di Yogyakarta | Saya merasa ketersediaan rute jalan alternative yang banyak untuk menuju lokasi Makam Raja Imogiri              |
| Akses Akhir Perjalanan | Pengunjung dari Jakarta maupun Bogor dapat mengakses ke Lembah Tepus dengan mobil atau motor        | Saya pikir pengunjung dapat mengakses lokasi Makam Raja Imogiri dengan menggunakan kendaraan pribadi atau umum. |
|                        | Saya merasa jarak antara objek wisata dengan fasilitas umum Kota Yogyakarta tidak jauh              | Saya merasa jarak antara objek wisata utama dengan fasilitas area parkir tidak jauh.                            |

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Seluruh instrumen penelitian yang telah ditetapkan akan diukur menggunakan skala Likert poin enam. Skala Likert dimanfaatkan untuk mengukur pandangan, sikap, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Metode ini dianggap efektif dalam menguji efektivitas suatu topik yang dibahas, dan dengan jumlah responden yang ada, mampu menghasilkan data penelitian yang berkualitas (Kurniawati dan Judisseno, 2022).

**Tabel 3. 2 Skala Likert Enam Poin**

| <b>Keterangan</b>   | <b>Skor</b> |
|---------------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1           |
| Tidak Setuju        | 2           |
| Kurang Setuju       | 3           |
| Cukup Setuju        | 4           |
| Setuju              | 5           |
| Sangat Setuju       | 6           |

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer dan juga data sekunder. Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini akan menggunakan teknik survei, dibantu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi melalui Google Formulir dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui berbagai platform media sosial. Tujuan dari survei ini adalah untuk mendapatkan informasi faktual yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *visit intention* dan *visit decision* wisatawan di Makam Raja Imogiri. Sedangkan, untuk data sekunder didapatkan dari studi dokumen atau hasil penelitian terdahulu yang tersedia di internet.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *software* SPSS versi 25 dan *software* AMOS 26 untuk melakukan pengolahan dan analisis data. *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah suatu metode statistik yang menggabungkan analisis faktor dan regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar beberapa variabel (Hair *et al.*, 2019). Ada dua alasan utama mengapa menggunakan

SEM: pertama, SEM mampu mengestimasi keterkaitan antara variabel yang memiliki hubungan kompleks dan saling berinteraksi. Kedua, SEM dapat mengidentifikasi pola keterkaitan antara konstruk laten dengan variabel manifes atau indikator. (Sofwatillah *et al.*, 2024).

### 3.6.1 Uji Validitas

Tahap pertama pemeriksaan data dari kuesioner yang telah dikumpulkan adalah uji validitas. Tujuan uji ini adalah untuk memastikan bahwa alat ukur dapat digunakan sebagai panduan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pada dasarnya, uji validitas berfungsi untuk menentukan apakah setiap pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian adalah sah (Rosita *et al.*, 2021).

Tujuan validitas adalah untuk memastikan bahwa ada korelasi signifikan atau hubungan antar variabel. Untuk memastikan korelasi tersebut, maka digunakan yang bernama *factor analysis*. *Factor analysis* merupakan metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang dianggap saling berkaitan satu sama lain. *Exploratory factor analysis* (EFA) dan *Confirmatory factor analysis* (CFA) digunakan dalam *factor analysis* penelitian ini.

EFA merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi struktur dasar dari sekumpulan variabel tanpa

asumsi awal. CFA adalah cara untuk menguji seberapa baik model atau struktur faktor yang telah ditentukan sebelumnya (Hair *et al.*, 2019). Singkatnya, EFA membantu menemukan faktor-faktor tersembunyi yang ada pada setiap variabel dan CFA memastikan apakah data sesuai dengan model yang diusulkan. Validitas data dinilai berdasarkan batasan nilai factor loading yang diterapkan.

**Tabel 3. 3 Panduan Menentukan Factor Loading Berdasarkan Jumlah Sampel**

| <i>Factor Loading</i> | <i>Jumlah Sampel</i> |
|-----------------------|----------------------|
| 0.30                  | 350                  |
| 0.35                  | 250                  |
| 0.40                  | 200                  |
| 0.45                  | 150                  |
| 0.50                  | 120                  |
| 0.55                  | 100                  |
| 0.60                  | 85                   |
| 0.65                  | 70                   |
| 0.70                  | 60                   |
| 0.75                  | 50                   |

Sumber: Hair *et al.* (2019)

### 3.6.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel atau konsep. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, dimana nilai reliabilitas berkisar 0 hingga 1. Reliabilitas dianggap kurang apabila nilainya  $< 0.6$ . Suatu nilai diterima jika berada dalam rentang 0,6 hingga 0,7, dan dianggap baik jika nilainya berada dalam kisaran 0,8 hingga 1.

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji validitas dan realibilitas, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan *structural equation modelling* (SEM), terdapat tiga alat uji pada model SEM AMOS, yakni:

#### 1. *Absolute Fit Indices*

Model pengujian sederhana dalam SEM (Structural Equation Modeling) digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian model secara menyeluruh, baik untuk model pengukuran maupun model struktural. Berikut adalah indeks kesesuaian model (*model fit index*) dalam SEM yang digunakan untuk menentukan apakah suatu model dapat diterima atau tidak:

##### a. *Chi-square*

*Chi-square* adalah alat ukur paling dasar untuk menilai kesesuaian model secara keseluruhan. Suatu model dianggap baik atau memuaskan jika nilai *chi-square* menunjukkan penerimaan hipotesis nol dengan tingkat *significant probability*  $\geq 0,05$ .

##### b. *Goodness of fit Index (GFI)*

Indeks ini menghitung proporsi dari varians dalam matriks kovarians sample. Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan fit yang lebih baik, terestimasikan dengan rentang

nilai antara nol hingga satu. Semakin mendekati satu nilai GFI ( $\geq 0,90$ ) maka semakin baik model tersebut.

c. CMIN/DF

CMIN/DF dihasilkan dari *statistic chi-square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model. Nilai CMIN/DF yang diharapkan adalah  $\leq 2,00$  yang menunjukkan model fit.

d. *Truck Lewis Index* (TLI)

Indeks yang berfungsi membandingkan model yang sedang di uji dengan *baseline* modelnya. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar  $\geq 0,95$ .

e. *Comparative Fit Index* (CFI)

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model.

Nilai dari indeks CFI berada pada rentang 0-1, jika angkanya semakin mendekati 1, maka tingkat penerimaan modelnya

semakin tinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar  $\geq 0,95$ .

*Intelligentia - Dignitas*

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

Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik *chi-square* dalam sample yang besar. Nilai  $RMSEA \leq 0,08$  merupakan indeks untuk menyatakan model dapat diterima.

g. *Adjusted Goodness-of-Fit-Index (AGFI)*

Kriteria AGFI merupakan penyesuaian dari GFI yang mempertimbangkan *degree of freedom*. Nilai  $AGFI \geq 0,90$  direkomendasikan sebagai batas minimal untuk di terimannya model.

**Tabel 3. 4 Goodness of Fit Indices**

| <i>Goodness of Fit Indices</i> | <i>Cut-off Value</i> |
|--------------------------------|----------------------|
| <i>Chi-square</i>              | Diharapkan kecil     |
| <i>Significant Probability</i> | $\geq 0,05$          |
| RMSEA                          | $\leq 0,80$          |
| GFI                            | $\geq 0,90$          |
| AGFI                           | $\geq 0,90$          |
| CMN/DF                         | $\leq 2,00$          |
| TLI                            | $\geq 0,95$          |

Sumber: Sideridis dan Jaffari (2022)

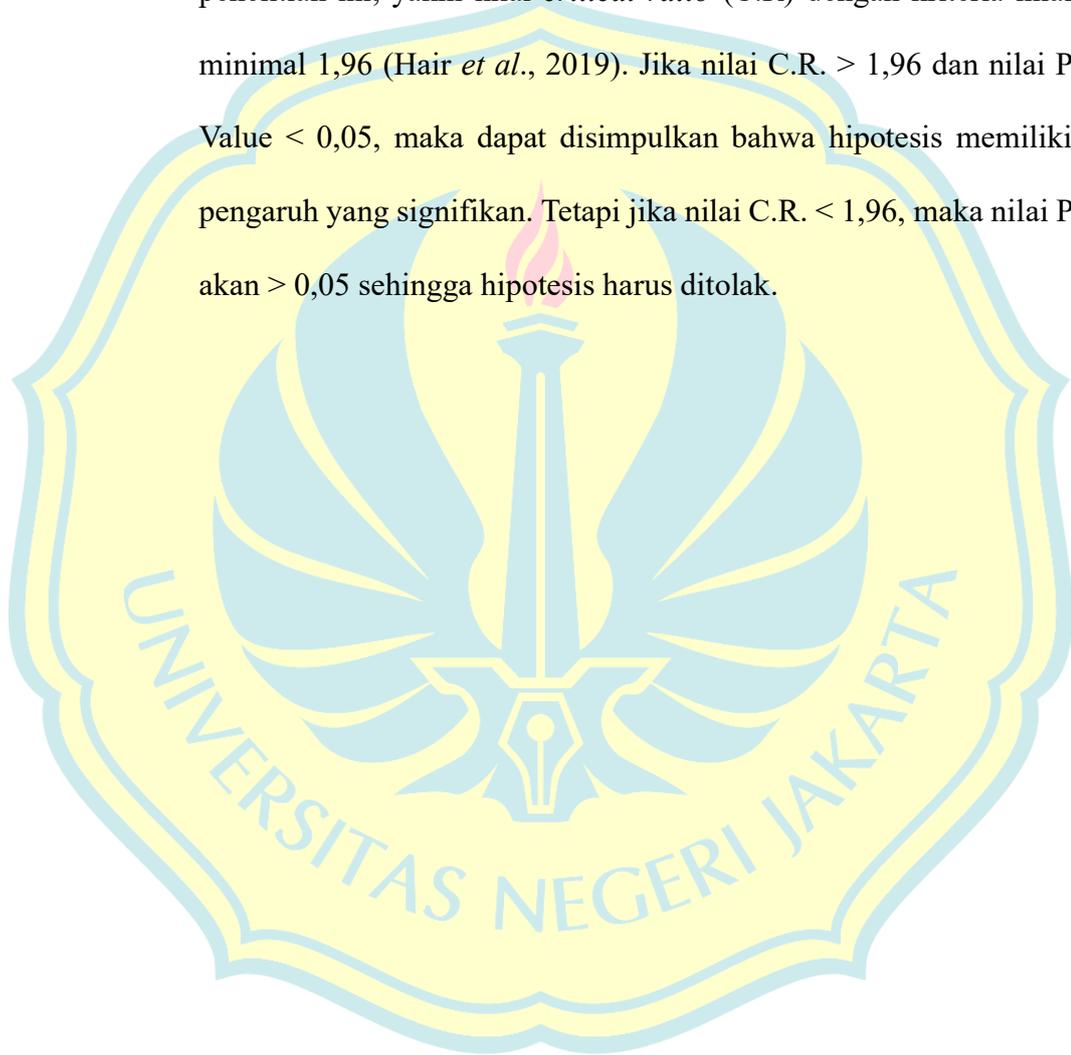
2. *Incremental Fit Indices*

Fungsinya untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang menjadi acuan peneliti.

3. *Parsimony Fit Indices*

Fungsinya untuk membandingkan model yang kompleks dengan model yang sederhana, dan untuk melakukan penyesuaian terhadap pengukuran *fit*.

Setelah membangun *fit model*, langkah berikutnya adalah menganalisis apakah model tersebut memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, sehingga hasil penelitian sesuai dengan hipotesis penelitian ini, yakni nilai *critical ratio* (C.R) dengan kriteria nilai minimal 1,96 (Hair *et al.*, 2019). Jika nilai C.R. > 1,96 dan nilai P Value < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis memiliki pengaruh yang signifikan. Tetapi jika nilai C.R. < 1,96, maka nilai P akan > 0,05 sehingga hipotesis harus ditolak.



*Intelligentia - Dignitas*