

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu

Penelitian dilakukan selama kurang lebih lima bulan, dimulai dari bulan Maret 2025 hingga Juli 2025. Dalam kurun waktu tersebut, peneliti memfokuskan pada pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, serta analisis hasil yang diperoleh.

3.1.2 Tempat Penelitian

Metode survei *online* digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Kuesioner disebarakan kepada individu yang sudah pernah bertransaksi menggunakan aplikasi *Livin' by Mandiri* di wilayah Jakarta. Alasan peneliti memilih tempat tersebut karena Jakarta merupakan pusat ekonomi dengan pasar yang luas dan beragam. Sebagai kota metropolitan, Jakarta memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi dan beragam segmen pelanggan menjadikannya lokasi strategis untuk penelitian ini.

3.2 Desain Penelitian

Untuk menguji hipotesis secara langsung, melihat pola yang signifikan, serta mengukur seberapa besar pengaruh antar variabel-variabel yang diteliti, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan melalui survei *online* menggunakan kuesioner yang dirancang

untuk mengukur variabel dan mengevaluasi hubungan di antaranya. Desain analisis kausal digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi hubungan sebab-akibat antar variabel. Metode kausal digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh dari variabel independen, yaitu *security*, *relative advantage*, dan *convenience* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* sebagai variabel dependen.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yang terlibat dalam penelitian berkaitan dengan topik penelitian. Penelitian ini menargetkan masyarakat DKI Jakarta khususnya Generasi Z dengan rentang usia 17 - 28 tahun yang merupakan pengguna aplikasi mobile banking *Livin' by Mandiri* di wilayah Jakarta yang sudah memakai aplikasi *Livin' by Mandiri* selama minimal 3 (tiga) bulan kebelakang.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan memilih sampel yang memiliki pengalaman dalam menggunakan mobile banking *Livin' by Mandiri* minimal 3 (tiga) bulan agar data yang diperoleh lebih relevan. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert. Menurut Nugroho dan Mawardi (2021), persepsi, pendapat, dan sikap seseorang atau kelompok mengenai suatu fenomena dapat diukur dengan

menggunakan skala likert. Kriteria yang diperlukan yaitu sebagai berikut:

1. Berdomisili di wilayah DKI Jakarta
2. Generasi Z berusia 17 - 28 tahun
3. Individu yang sudah pernah menggunakan mobile banking *Livin' by Mandiri* yang sudah menggunakannya selama minimal dari 3 (tiga) bulan.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel ditentukan dengan berpedoman pada Hair *et al.* (2010), di mana jumlah sampel ideal yang dihitung berada pada kisaran 5 hingga 10 kali jumlah indikator variabel.

$$N = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$$

Dengan total 46 indikator yang dimiliki, maka jumlah sampel responden yang dibutuhkan adalah $(46 \times 6) = 276$ responden. Pada penelitian ini, peneliti memilih jumlah indikator dikali enam karena dirasa cukup merepresentasikan data yang dibutuhkan dan mengingat adanya keterbatasan waktu serta sumber daya yang tersedia. Pemilihan angka ini juga didasarkan pada pertimbangan bahwa semakin banyak jumlah sampel, maka tingkat reliabilitas hasil analisis yang diperoleh juga semakin tinggi, namun tetap dalam batas efisiensi pelaksanaan penelitian di lapangan.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Security

a) Definisi Konseptual

Security dalam layanan digital adalah kemampuan sistem untuk melindungi informasi pribadi dan data transaksi pelanggan dari penyalahgunaan serta ancaman penipuan.

b) Definisi Operasional

Security sebagai variabel bebas (*independent variable*) diukur melalui dua indikator, yaitu *safety of personal information* dan *monetary safety*.

Tabel 3.1 Instrumen Security

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Security (X1)	<i>Mobile banking protects my personal information.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> melindungi informasi pribadi saya.	Santoso & Ruslim, (2024); Nguyen, (2020).
	<i>The confidentiality of my data is safe when using mobile banking services.</i>	Kerahasiaan data saya aman ketika menggunakan layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>I trust the website administrators will not misuse my personal information.</i>	Saya percaya bahwa layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> tidak akan menyalahgunakan informasi pribadi saya.	
	<i>I trust the online shop to keep my personal information safe.</i>	Saya percaya mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> menjaga keamanan informasi pribadi saya.	
	<i>Mobile banking safeguards my financial information.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> menjaga keamanan informasi keuangan saya.	

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	<i>I feel secure when conducting transactions through this mobile banking service.</i>	Saya merasa keamanan saya terjamin ketika melakukan transaksi melalui mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>I feel safe in my transactions with the online shop.</i>	Saya merasa aman dalam bertransaksi menggunakan layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	

Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

3.4.2 *Relative Advantage*

a) Definisi Konseptual

Relative advantage mengacu pada persepsi konsumen mengenai sejauh mana sebuah inovasi menawarkan manfaat lebih dibandingkan alternatif yang sudah ada.

b) Definisi Operasional

Relative advantage sebagai variabel bebas (*independent variable*) diukur melalui tiga indikator, yaitu *time savings*, *social image*, dan *retrieval of account balance and history*.

Tabel 3.2 Instrumen *Relative Advantage*

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Relative Advantage (X2)</i>	<i>It saves my time using mobile banking services than visiting a physical bank branch.</i>	Menggunakan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> menghemat waktu saya dibandingkan datang langsung ke bank.	Thakuri <i>et al.</i> (2023); Bernarto, I. (2023); Wulandari <i>et al.</i> , (2023).

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	<i>It is easier to conduct transactions in mobile banking services compared to other banks.</i>	Lebih mudah melakukan transaksi di layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> dibandingkan dengan bank lain.	
	<i>BCA mobile banking provides faster access for every transaction I need to make.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> memberikan akses yang cepat untuk setiap transaksi yang saya butuhkan.	
	<i>It makes efficient to manage my finance using mobile banking services.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> membuat pengelolaan keuangan saya menjadi lebih efisien.	
	<i>I find innovative features in mobile banking services</i>	Saya menemukan fitur- fitur inovatif dalam layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>Using BCA mobile banking will increase my productivity.</i>	Menggunakan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> membantu meningkatkan produktivitas saya.	
	Saya merasa lebih <i>up-to-date</i> dan profesional saat menggunakan <i>e-wallet</i> .	Saya merasa lebih <i>up-to-date</i> dan profesional saat bertransaksi menggunakan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>Mobile banking services is more accessible compared to traditional banking services.</i>	Layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> lebih mudah diakses dibandingkan dengan layanan perbankan tradisional.	
	<i>Mobile banking services is more flexible in terms of the range of transactions.</i>	Layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> lebih fleksibel dalam hal jangkauan transaksi.	
	Layanan aplikasi mobile banking	Layanan aplikasi mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i>	

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	bisa diakses di mana saja.	<i>by Mandiri</i> bisa diakses di mana saja.	

Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

3.4.3 Convenience

a) Definisi Konseptual

Convenience merujuk kepada kecepatan dan kemudahan yang dirasakan pelanggan saat mengakses dan menggunakan layanan, terutama dalam transaksi *online* yang cepat dan efisien.

b) Definisi Operasional

Convenience sebagai variabel bebas (*independent variable*) diukur melalui empat dimensi, yaitu *time*, *network*, *ease of transactions*, dan *ease of service*.

Tabel 3.3 Instrumen *Convenience*

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Convenience (X3)</i>	<i>I can take advantage of mobile banking services anytime.</i>	Saya dapat memanfaatkan layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> kapan saja.	Pratama & Binastuti, (2023); Shankar & Rishi (2020); Bernarto, I. (2023).
	<i>Access given by mobile banking for 24 hours straight.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> bisa diakses penuh selama 24 jam.	
	<i>I can easily find what I need through BCA mobile banking without having to look elsewhere.</i>	Saya bisa dengan mudah menemukan informasi yang saya butuhkan melalui mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> tanpa harus mencari di tempat lain.	
	<i>I feel the mobile banking service is always accessible.</i>	Saya merasa layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> selalu dapat diakses.	

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	<i>Mobile banking services smoothly and without network interruption.</i>	Layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> bisa diakses dengan lancar dan tanpa gangguan jaringan.	
	<i>Mobile banking can be used smoothly at anytime.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> dapat digunakan dengan lancar kapan saja.	
	<i>I find it easy to complete transactions through the mobile banking platform.</i>	Saya merasa mudah menyelesaikan transaksi melalui mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>I can quickly and easily complete a transaction using mobile banking services.</i>	Saya bisa menyelesaikan transaksi dengan cepat dan mudah menggunakan layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>Using mobile banking services in transactions without significant obstacles.</i>	Saya dapat melakukan transaksi menggunakan layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> tanpa hambatan yang berarti.	
	<i>It is easy to use mobile banking services.</i>	Layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> mudah untuk digunakan.	
	<i>I find it very easy to take advantage of banking services through mobile banking.</i>	Saya merasa sangat mudah untuk memanfaatkan layanan perbankan melalui mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>I can avail services quickly through the mobile banking platform.</i>	Saya dapat memanfaatkan layanan dengan cepat melalui platform mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>It is easy to navigate account information using mobile</i>	Informasi akun mudah dinavigasi menggunakan layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	<i>banking services.</i>		

Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

3.4.4 Customer Satisfaction

a) Definisi Konseptual

Customer satisfaction adalah perasaan puas yang timbul setelah pelanggan menggunakan layanan atau produk berdasarkan sejauh mana hal itu dapat memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.

b) Definisi Operasional

Customer satisfaction sebagai variabel terikat (*dependent variable*) diukur melalui tiga dimensi, yaitu *expectation conformity*, *interests of reusing*, dan *willingness to recommend*.

Tabel 3.4 Instrumen Customer Satisfaction

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Customer Satisfaction (Y1)</i>	<i>Mobile banking delivers services that meet my expectations.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi saya.	Santoso & Ruslim, (2024); Meilatinova, (2021); Nguyen, (2020).
	<i>Mobile banking provides the services I need.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> menyediakan layanan yang saya butuhkan.	
	<i>This s-commerce website totally meets my expectations.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> benar-benar memenuhi ekspektasi saya.	
	<i>This s-commerce website offers me exactly what I need.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> menawarkan tepat apa yang saya butuhkan.	

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	<i>I am satisfied with the overall mobile banking services.</i>	Saya puas dengan keseluruhan layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>I will make more purchases for beauty and cosmetics online products in the future.</i>	Saya akan lebih sering menggunakan layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> di masa depan.	
	<i>I am interested in reusing BCA M- Banking for transactions and will use it regularly.</i>	Saya tertarik menggunakan kembali mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> untuk bertransaksi dan akan menggunakannya secara rutin.	
	<i>Overall, I encourage friends and others to purchase goods from online beauty and cosmetics shops.</i>	Secara keseluruhan, saya mendorong teman dan orang lain untuk menggunakan layanan <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>Overall, I say positive things about beauty and cosmetics online shops to other people.</i>	Secara keseluruhan, saya akan menyampaikan hal-hal positif tentang <i>Livin' by Mandiri</i> kepada orang lain.	
	<i>I am willing to recommend the BCA M-Banking application product to relatives.</i>	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi <i>Livin' by Mandiri</i> kepada keluarga atau kerabat saya.	

Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

3.4.5 Customer Loyalty

a) Definisi Konseptual

Customer loyalty dalam konteks mobile banking merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan layanan yang

dirasa bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan mereka, meskipun ada perubahan situasi atau upaya pesaing untuk menarik perhatian.

b) Definisi Operasional

Customer loyalty sebagai variabel terikat (*dependent variable*) diukur melalui dua dimensi, yaitu dimensi *attitudinal loyalty* dan *behavioral loyalty*.

Tabel 3.5 Instrumen *Customer Loyalty*

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Customer Loyalty</i> (Y2)	<i>I would recommend this mobile banking to someone who seeks my opinion.</i>	Saya akan merekomendasikan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> kepada seseorang yang mencari pendapat saya.	Santoso & Ruslim, (2024); Nourallah <i>et al.</i> (2021).
	<i>I will continue to use mobile banking services.</i>	Saya akan terus menggunakan layanan mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>This mobile banking is my first choice in utilizing banking services.</i>	Mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> merupakan pilihan utama saya dalam memanfaatkan layanan perbankan.	
	<i>I prefer this mobile banking over other mobile banking options.</i>	Saya lebih memilih mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> dibandingkan mobile banking lainnya.	
	<i>I am committed to the mobile banking application.</i>	Saya berkomitmen terhadap mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	
	<i>I carry out all my banking transactions via the mobile banking application.</i>	Saya melakukan semua transaksi perbankan saya melalui mobile banking <i>Livin' by Mandiri</i> .	

Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

3.5 Skala Pengukuran

Untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan, penelitian ini menggunakan skala likert 1 - 6. Setiap pertanyaan memiliki enam kategori jawaban mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” dan dilengkapi dengan bobot penilaian agar peneliti dapat menilai respons responden secara kuantitatif. Penulis memilih skala likert 1 - 6 karena pada skala dengan jumlah jawaban genap tidak terdapat pilihan jawaban tengah yang bersifat netral. Skala likert dengan pilihan jawaban genap (tanpa pilihan jawaban netral) cenderung memaksa responden untuk tegas memilih jawaban “setuju” atau “tidak setuju” (Kusmaryono, Wijayanti, Maharani, 2022). Sehingga tidak ada kesempatan bagi responden untuk memilih jawaban netral yang dapat membatasi kelengkapan informasi yang diperoleh oleh peneliti. Jawaban netral pada hasil kuesioner akan sulit ditafsirkan dan membingungkan penulis dalam menyusun simpulan penelitian. Detail mengenai bobot penilaian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.6 Pengukuran Skala Likert

Kriteria Jawaban	Kode	Bobot 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 penulis (2025)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan berasal dari dua sumber, yaitu primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui survei *online* dengan kuesioner *google form* dan data sekunder dikumpulkan dari sumber eksternal, seperti artikel, jurnal, atau referensi lainnya. Data sekunder digunakan untuk mendukung analisis dan pembahasan dalam skripsi, serta membantu memperkuat argumen atau membandingkan hasil penelitian dengan temuan sebelumnya. Data dikumpulkan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 276 responden.

3.7 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) dengan bantuan *software* AMOS untuk menganalisis data penelitian. Pemilihan SEM didasarkan pada kemampuannya dalam menganalisis hubungan kausal antar konstruk penelitian. Berikut ini adalah metode analisis yang digunakan.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menyajikan dan menjelaskan data dengan apa adanya, tanpa membuat kesimpulan atau generalisasi secara keseluruhan. Tujuan utamanya adalah menyajikan ringkasan dan gambaran umum dari sekumpulan data agar dapat dipahami dengan mudah. Analisis deskriptif menekankan pada penyajian karakteristik data secara objektif. Teknik yang digunakan meliputi frekuensi,

persentase, dan *mean*. Untuk memudahkan interpretasi pola, distribusi, dan variasi data, hasil analisis umumnya disajikan dalam bentuk tabel, diagram, atau grafik. Sebagai tahap awal dalam penelitian kuantitatif, analisis deskriptif berperan penting dalam memberikan pemahaman dasar sebelum dilakukan analisis lanjutan.

3.7.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kevalidan atau keakuratan instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti secara akurat dan tepat sesuai dengan tujuan pengukuran (Darma, 2021). Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pada kuesioner benar-benar layak, sah, dan relevan. Validitas diukur menggunakan metode *r* hitung (*Pearson Correlation*) yang kemudian dibandingkan dengan nilai *r* tabel sesuai total responden dan tingkat signifikansi yang digunakan. Item pernyataan dianggap valid apabila nilai *r* hitung melebihi nilai *r* tabel. Nilai *r* hitung dihasilkan dari analisis korelasi pearson, sementara *r* tabel dihitung berdasarkan jumlah responden (*N*) dengan rumus $df = N - 2$.

3.7.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada konsistensi dan keandalan hasil pengukuran yang dilakukan, serta kebebasannya dari kesalahan pengukuran (*measurement error*) (Darma, 2021). Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan keandalan instrumen penelitian dalam memberikan hasil data yang konsisten apabila dilakukan

pengukuran ulang. Dinyatakan reliabel apabila alat ukur menyatakan data yang konsisten meskipun diukur berulang kali (Janna & Herianto, 2021). Dengan demikian, instrumen yang reliabel akan memberikan hasil yang konsisten setiap kali digunakan. Membandingkan nilai *cronbach's alpha* dengan tingkat signifikansi dilakukan untuk menguji reliabilitas. Apabila nilai *cronbach's alpha* melebihi tingkat signifikansi yang digunakan, yaitu $> 0,70$, maka instrumen dinyatakan reliabel.

3.7.4 Uji Kesesuaian Model

Dalam *Structural Equation Modeling* (SEM), uji kesesuaian model adalah proses evaluasi untuk mengukur seberapa konsisten model teoritis yang dikembangkan selaras dengan data yang diperoleh di lapangan. Uji kesesuaian model atau dikenal juga sebagai *goodness of fit* dilakukan untuk memastikan bahwa variabel dalam model sesuai (fit) sehingga dapat dilanjutkan ke tahap analisis data selanjutnya. Dalam SEM, model teoritis menjelaskan kaitan antara variabel laten dengan variabel manifes. Uji kesesuaian model dilakukan untuk memastikan bahwa model yang digunakan valid secara statistik dan dapat diterima sebagai representasi dari hubungan antar variabel yang diteliti. Uji kesesuaian model pada penelitian ini menggunakan model SEM yang dikategorikan ke dalam beberapa kriteria sebagai berikut:

1) Chi-square

Chi-square adalah ukuran dasar yang digunakan untuk menilai *overall fit* dari sebuah model. Sebuah model dianggap baik jika tingkat signifikansi (*p-value*) menunjukkan angka $\geq 0,05$, yang menandakan penerimaan hipotesis nol.

2) GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI mengukur proporsi varians pada kovarian sampel. Apabila nilai yang diperoleh sebesar $\geq 0,90$, maka menunjukkan kecocokan model yang baik atau fit.

3) CMIN/DF

Nilai CMIN/DF didapat dari membagi nilai statistik chi-square dengan derajat kebebasan (*Degree of Freedom/DF*). Indikator ini digunakan untuk menilai tingkat kecocokan model, di mana standar yang dibutuhkan adalah $\leq 2,00$, menunjukkan model yang fit.

4) TLI (*Trust Lewis Index*)

TLI digunakan untuk menilai kecocokan model secara keseluruhan, dengan nilai yang ideal adalah $\geq 0,95$. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan model yang sangat baik (*very good fit*).

5) CFI (*Comrative Fit Index*)

CFI adalah indeks yang tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel, sehingga sangat cocok untuk mengevaluasi tingkat penerimaan sebuah model. Nilai CFI $\geq 0,95$ menunjukkan model yang sangat cocok atau baik (*very good fit*).

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

RMSEA digunakan sebagai alternatif pengukuran chi-square pada sampel besar. Model dinyatakan fit jika nilainya adalah $\leq 0,08$.

7) AGFI (*Adjusted Goodness-of-fit-Index*)

AGFI merupakan bentuk penyesuaian dari GFI yang mempertimbangkan derajat kebebasan. Model menunjukkan *good fit* jika nilai AGFI mencapai atau melebihi $\geq 0,90$.

Tabel 3.7 Goodness of Fit Indices

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

Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

3.7.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk melihat validitas sebuah pernyataan melalui analisis statistik guna memutuskan diterima atau ditolaknya pernyataan tersebut. Dengan kata lain, uji hipotesis merupakan cara untuk menguji suatu klaim terhadap parameter populasi, menggunakan data yang dikumpulkan dari sampel (Anuraga *et al.*, 2021). Proses ini membantu menentukan apakah fenomena yang diamati merupakan fakta atau sekadar teori. Penelitian ini menguji hipotesis dengan melihat nilai *standardized total effects*, yang menunjukkan besarnya pengaruh atau hubungan antar variabel yang diuji. Pengujian juga dilakukan dengan membandingkan nilai *critical ratio* (CR) dari setiap hubungan variabel. Untuk sampel berukuran besar ($n > 30$) dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, nilai kritisnya adalah 1,96 (Hair *et al.*, 2010). Jika nilai $CR > 1,96$, maka hubungan tersebut dianggap signifikan. Selain itu, signifikansi juga ditentukan melalui *p-value*, hasil uji dinyatakan signifikan apabila *p-value* berada di bawah 0,05 ($< 0,05$). Semakin mendekati 0 nilai *p-value*, semakin kuat bukti bahwa hubungan antar variabel tersebut signifikan.