

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dan variabel intervening. Secara lebih detailnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah nilai berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo.
2. Untuk mengetahui apakah sikap berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo.
3. Untuk mengetahui apakah nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo.
4. Untuk mengetahui apakah sikap berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo.
5. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian ini adalah di Kawasan Sudirman, Jakarta Pusat. Alasan memilih kawasan bisnis Sudirman dikarenakan kawasan ini merupakan daerah pusat bisnis yang tentunya terdapat banyak perkantoran dan pastinya terdapat banyak pegawai pula, terutama pegawai muda yang menyukai *travelling* dan memiliki kemungkinan lebih besar untuk

melakukannya dibandingkan pemuda–pemudi yang belum atau tidak memiliki pekerjaan. Selain itu, pegawai di kawasan ini juga rata-rata memiliki gaji yang lebih besar dibandingkan dengan pegawai yang bekerja di kawasan lain sehingga lebih memungkinkan untuk berwisata ke Pulau Komodo karena untuk berwisata kesana membutuhkan dana yang tidak murah. Waktu penelitian ini yaitu dalam periode November 2016 – Juli 2017.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagai metode penelitian, menurut Sugiyono⁵¹ metode kuantitatif merupakan metode yang dilandasi pada filsafat *positivisme*, dapat digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pada umumnya pengambilan sampel pada metode ini diambil secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif agar dapat menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Didefinisikan juga oleh Malhotra⁵², metode kuantitatif adalah metode riset untuk mengkuantifikasi data dan biasanya menerapkan analisis statistik tertentu.

Desain penelitian dalam penelitian ini adalah eksploratif, riset eksploratif menurut Malhotra⁵³ merupakan satu jenis rancangan riset dengan tujuan utama mendapatkan gambaran umum serta memahami situasi masalah yang dihadapi peneliti. Riset eksploratif dapat dimanfaatkan untuk tujuan berikut ini⁵⁴:

1. Memformulasikan masalah atau mendefinisikan masalah dengan lebih cepat

⁵¹ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis., (Bandung: Alfabeta., 2014), p.13

⁵² Naresh K. Malhotra, Riset Pemasaran, Marketing Research: An applied Orientation, (Pearson Education. 2004), fourth edition, p.93

⁵³ Naresh K. Malhotra, Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan, Jakarta (PT.Indeks, 2009), p.89

⁵⁴ *Ibid*, p.91

2. Mengidentifikasi alternatif rangkaian tindakan
3. Mengembangkan hipotesis
4. Memisahkan variabel dan hubungan kunci untuk pengujian lebih lanjut
5. Mendapatkan wawasan untuk mengembangkan pendekatan terhadap masalah
6. Membuat prioritas untuk riset lebih lanjut

Dalam penelitian ini ditetapkan nilai dan sikap sebagai variabel bebas, dengan symbol X^1 dan X^2 , niat sebagai variabel terikat dengan simbol Y dan motivasi sebagai variabel *intervening* dengan simbol Z.

3.4 Populasi dan Sampling

Menurut Malhotra⁵⁵ populasi adalah gabungan dari seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik yang serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran.

Menurut Sugiyono⁵⁶ populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di kawasan Sudirman baik yang pernah mengunjungi maupun belum pernah mengunjungi pulau Komodo.

Menurut Malhotra⁵⁷ sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi.

Menurut Sugiyono⁵⁸ sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, tehnik *sampling* yang

⁵⁵ Naresh K. Malhotra *Op.Cit.*, p.364

⁵⁶ Sugiyono *Op.Cit.*, p.115

⁵⁷ Naresh K. Malhotra, *Op.Cit.*, p.364

digunakan adalah tehnik *purposive sampling*, menurut Sekaran dan Bougie⁵⁹, *purposive sampling* adalah sebuah teknik yang memungkinkan peneliti mendapatkan informasi dari mereka yang paling siap serta memenuhi beberapa kriteria dalam memberikan informasi.

Menurut Hair et.al⁶⁰ ada beberapa saran yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan ukuran sampel dalam analisis SEM, yaitu :

1. Ukuran sampel 100 – 200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood* (ML).
2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
3. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100 – 200.
4. Jika sampelnya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu.

Tabel III.1
Jumlah Responden Penelitian Terdahulu

No	Sumber	Metode Sampling	Jumlah Responden	Karakteristik Responden	Lokasi	Metode Analisis Data
1	Wahyunningsih (2012)	<i>Convenience Sampling</i>	200	Pengunjung Pulau Togean	Pulau Togean,	<i>SEM (Structural</i>

⁵⁸ Sugiyono, *Op.Cit.*, p.116

⁵⁹Uma Sekaran, Roger Bougie, *Research Methods for Business*, fifth edition (UK: Wiley, 2009), hlm. 276

⁶⁰ Hair et al, *Multivariate Data Analysis*, 7th edition, (New Jersey: Pearson, 2010), p.643

					Sulawesi Tengah	<i>Equation Model)</i>
2	Irena Panda Bajs (2015)	<i>Varimax Rotation</i>	31	Pengunjung Kota Dubrovnik	Kota Dubrovnik, Croatia	<i>SEM (Structural Equation Model)</i>
3	Mimi Li dan Liping A.Cai (2012)	<i>Varimax Rotation</i>	996	Pengguna paket perjalanan keluar negeri di China	China	<i>SEM (Structural Equation Model)</i>
4	Paul Williams dan Geoffrey.N (2009)	<i>Purposive sampling</i>	450	Penumpang bis yang sedang mengikuti perjalanan ke Pinnacles	<i>The Pinnacles in Nambung National Park in Western Australia</i>	<i>SEM (Structural Equation Model)</i>
5	Constanza et.al (2016)	<i>Convenience Sampling</i>	5	<i>Traveller</i> yang berdomisili di 4 negara yaitu, Brazil, Peru, Jerman	Chile	<i>SEM (Structural Equation Model)</i>
6	Macy et.al (2013)	<i>Varimax Rotation</i>	137	<i>Hongkong traveller</i>	Hongkong	<i>SEM (Structural</i>

						<i>Equation Model)</i>
7	Haywantee Bankeeran dan MuafferS.Uysal (2010)	<i>Hierarchial Multiple Regression</i>	600	Pengunjung Mauritius Island	<i>Mauritius Island in Western India Ocean</i>	<i>SEM dan Hierarchical Multiple Regression</i>
8	Chi Wen Whu (2014)	<i>Convenience Sampling</i>	1227	<i>Foreign tourism stopped at welcome centre in Taiwan</i>	Taiwan	<i>SEM (Structural Equation Model)</i>
9	Jiaying et.al (2016)	<i>Convenience Sampling</i>	216	16 orang cina senior dan 200 sarjana perguruan tinggi	China	<i>SEM (Structural Equation Model)</i>
10	Songshan et.al (2009)	<i>Convenience Sampling</i>	501	Wisatawan yang mengunjungi Beijing	Beijing	<i>SEM (Structural Equation Model)</i>
11	Usep Suhud (2015)	<i>Convenience Sampling</i>	551	Responden online yang memiliki variasi katakteristik yang luas	Australia	<i>SEM (Structural Equation Model)</i>

Sumber; Data diolah oleh peneliti

Merujuk pada pendapat Hair di atas, penelitian ini menggunakan 300 responden yang merupakan pegawai yang bekerja di Sudirman baik yang pernah maupun yang belum pernah mengunjungi Pulau Komodo.

3.5 Tehnik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer yang didapatkan dari metode survey. Menurut Malhotra⁶¹, data primer merupakan data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus yaitu untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang teliti. Menurut Malhotra⁶², survey adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Penulis memilih metode survey ini karena memiliki beberapa kelebihan. Menurut Malhotra⁶³, kelebihan metode survey antara lain; kuesioner mudah dikelola dan data yang diperoleh dapat dipercaya, karena tanggapan terbatas pada alternatif yang ditanyakan dan mengurangi variabilitas hasil.

3.6 Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat (*dependen*), variabel bebas (*independen*) dan variabel *intervening*.

3.6.1 Variabel Independen

Menurut Malhotra⁶⁴, variabel bebas atau variabel *independen* adalah variabel yang dimanipulasi dan efeknya diukur serta dibandingkan.

⁶¹ Naresh K. Malhotra, *Op.Cit.*, p.120

⁶² Naresh K. Malhotra, *Op.Cit.*, p.196

⁶³ Naresh K. Malhotra, 2004, *Op.Cit.*, p.197

⁶⁴ Naresh K. Malhotra, *Marketing Research*, Sixth Edition, (New Jersey: Prentice Hall, 2010), p. 221

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Nilai (X1) dan Sikap (X2).

3.6.1.1 Nilai

Definisi Konseptual : Nilai adalah suatu konsepsi yang ada pada individu maupun kelompok yang dapat membedakan individu yang satu dengan lainnya maupun antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lainnya.

Definisi Operasional: Nilai adalah keyakinan atau prinsip seseorang yang dapat membedakan satu individu dengan individu lainnya yang dipegang teguh oleh orang tersebut.

Tabel III.2
Operasional Variabel Nilai

Konsep	Dimensi	Indikator Adaptasi	Sumber
Nilai (X1) Nilai merupakan keyakinan atau prinsip seseorang yang dapat membedakan niat seorang individu dengan individu lainnya, yang dipegang teguh oleh individu tersebut	<i>Functional value</i>	1.Pulau Komodo menawarkan kualitas tempat wisata yang konsisten	Williams dan Soutar (2009)
		2.Kualitas Pulau Komodo sesuai standar yang dapat ditetima	
	<i>Emotional value</i>	3.Pulau Komodo memberikan kenyamanan	
		4.Pulau Komodo memberikan perasaan gembira	
	<i>Social value</i>	5.Pengunjung Pulau Komodo	

		mendapatkan pengakuan sosial dari orang lain	
		6.Pulau Komodo memberikan kesan yang baik kepada pengunjungnya	
	<i>Epistemic value / Novelty</i>	7.Pulau Komodo memberikan petualangan yang seru	
		8.Pulau Komodo memuaskan rasa ingin tahu	
		9.Dapat melakukan banyak hal di Pulau Komodo	

Sumber: data diolah oleh peneliti

3.6.1.2 Sikap

Definisi Konseptual : Sikap adalah ekspresi perasaan yang menunjukkan apakah seseorang menyenangi ataupun tidak menyenangi, menyukai atau tidak menyukai dan menyetujui maupun tidak menyetujui suatu objek

Definisi Operasional : sikap adalah ekspresi atau evaluasi seseorang terhadap suatu objek antara suka atau tidak suka dan senang atau tidak senang yang relatif konsisten.

Tabel III.3
Operasional Variabel Sikap

Konsep	Dimensi	Indikator Adaptasi	Sumber
Sikap (X2) Sikap merupakan evaluasi perasaan dan kecenderungan dari individu terhadap terhadap suatu objek yang relatif konsisten	Kognitif	10. Pulau Komodo memberikan pengalaman yang menyenangkan	Widiyanto dan Prasilowati (2015)
		11. Pulau komodo memberikan pengalaman yang berharga	
	Afektif	12. Pulau Komodo memberikan pengalaman yang menarik	
		13. Pulau Komodo memberikan pengalaman yang memuaskan	
		14. Pulau Komodo memberikan pengalaman yang tidak terlupakan	
	Konatif	15. Mengunjungi Pulau Komodo merupakan gagasan yang masuk akal	
		16. Mengunjungi Pulau Komodo	

		membutuhkan biaya yang terjangkau	
		17. Mengunjungi Pulau Komodo Penuh Tantangan	
		18. Mengunjungi Pulau Komodo dapat memacu adrenalin	

Sumber: data diolah oleh peneliti

3.6.2 Variabel Dependen

Menurut Malhotra⁶⁵, variabel terikat atau variabel *dependent* adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Dalam penelitian ini diketahui variabel dependen adalah Niat (Z).

3.6.2.1 Niat Mengunjungi

Definisi Konseptual : Niat mengunjungi adalah harapan seseorang mengenai perilaku tertentu yang cenderung terjadi dalam kondisi spesifik yang memungkinkan orang tersebut mengunjungi sebuah tempat wisata.

Definisi Operasional : Niat mengunjungi merupakan ekspektasi seseorang terhadap segala sesuatu yang menjadi bagian dari pariwisata yang menimbulkan kemungkinan bagi orang tersebut untuk mengunjungi tempat – tempat wisata.

⁶⁵ Malhotra, *Op.Cit.*, p. 221

Tabel III.4
Operasional Variabel Niat Mengunjungi

Konsep	Dimensi	Indikator Adaptasi	Sumber
Niat Mengunjungi (Y)	-	19. Akan mengunjungi Pulau Komodo dalam 1 tahun	Juster (1966)
		20. Akan mengunjungi Pulau Komodo dalam 3 tahun	
		21. Akan mengunjungi Pulau Komodo dalam 5 tahun	
Niat mengunjungi merupakan ekspektasi seseorang terhadap segala sesuatu yang menjadi bagian dari pariwisata yang menimbulkan kemungkinan bagi orang tersebut untuk mengunjungi tempat – tempat wisata.			

Sumber: data diolah oleh peneliti

3.6.3 Variabel *Intervening*

Menurut Sekaran dan Bougie⁶⁶, variabel *intervening* adalah variabel yang mengemukakan antara waktu variabel bebas mulai bekerja mempengaruhi variabel terikat, dan waktu variabel bebas terasa pada variabel terikat.

⁶⁶ Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods for Business*, fifth edition (UK: Wiley, 2009), p. 77

3.6.3.1 Motivasi

Definisi Konseptual : Motivasi adalah suatu dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut bertindak melakukan sesuatu tanpa disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu hingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.

Definisi Operasional : Motivasi merupakan sesuatu yang timbul dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi tindakan dan tingkah laku seseorang sehingga tergerak untuk mengunjungi sebuah tempat wisata.

Tabel III.5
Operasional Variabel Motivasi

Konsep	Dimensi	Indikator Adaptasi	Sumber
Motivasi (Z) Motivasi merupakan suatu dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut bertindak melakukan sesuatu tanpa disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya	<i>Escape motives</i>	22. Mengunjungi Pulau Komodo dapat menjauhi kerumunan orang	Hermansyah dan Waluya (2012)
		23. Mengunjungi Pulau Komodo agar jauh dari rumah	
		24. Mengunjungi Pulau Komodo agar jauh dari tekanan fisik sehari-hari	
		25. Mengunjungi Pulau Komodo agar jauh dari tekanan psikis sehari-hari	
		26. Mengunjungi Pulau Komodo agar	

<p>untuk bertindak melakukan sesuatu hingga mencapai hasil atau tujuan tertentu</p>		<p>jauh dari tuntunan hidup sehari-hari</p>	
		<p>27. Mengunjungi Pulau Komodo dapat melarikan diri dari tekanan hidup sehari-hari</p>	
	<i>Relaxation</i>	<p>28. Mengunjungi Pulau Komodo dapat berolahraga</p>	
		<p>29. Mengunjungi Pulau Komodo dapat bersenang-senang</p>	
		<p>30. Mengunjungi Pulau Komodo dapat mengistirahatkan pikiran</p>	
		<p>31. Mengunjungi Pulau Komodo dapat me- <i>recharge</i> pikiran</p>	
		<p>32. Mengunjungi Pulau Komodo dapat memiliki kesempatan untuk beristirahat dan rileks</p>	
		<p>33. Mengunjungi Pulau Komodo untuk menemukan hal-hal yang menarik</p>	
		<p>34. Mengunjungi Pulau Komodo untuk mencari petualangan</p>	
	<i>Family and friend togetherness</i>	<p>35. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat bergabung</p>	

		dengan teman-teman <i>traveller</i> lain	
		36. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat berlibur dengan teman dan keluarga	
		37. Mengunjungi Pulau Komodo dapat mempererat hubungan dengan anggota keluarga lain	
		38. Mengunjungi Pulau Komodo dapat menghabiskan waktu dengan teman dan keluarga	
	<i>Knowledge</i>	39. Tertarik dengan fauna	
		40. Tertarik dengan sejarah	
		41. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat belajar lebih banyak tentang lingkungan alam di sekitarnya	
		42. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat melihat bagaimana orang lain hidup di sekitarnya	
		43. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat melihat budaya	

		lokal sekitarnya	
		44. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat melihat kehidupan dan alam liar di sekitarnya	
		45. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat mengalami budaya yang berbeda	
		46. Mengunjungi Pulau Komodo dapat meningkatkan pengetahuan tentang lingkungannya	
		47. Mengunjungi Pulau Komodo dapat meningkatkan pengetahuan tentang tempat-tempat baru	
	<i>Enjoying natural resources</i>	48. Mengunjungi Pulau Komodo karena memiliki kualitas udara yang baik	
		49. Mengunjungi Pulau Komodo karena memiliki pemandangan yang dramatis	
		50. Mengunjungi Pulau Komodo dapat dekat dengan alam	

Sumber: data diolah oleh peneliti

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah skala Likert, yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pertanyaan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur⁶⁷. Pengukuran dengan skala Likert menggunakan Likert 6 agar tidak menimbulkan jawaban bias yang dapat membuat peneliti tidak dapat memperoleh informasi⁶⁸.

Tabel III.6
Pengukuran Skala Likert

Kriteria Jawaban	Kode
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Sukardi (2015)

3.8 Teknik Analisis Data

Metode analisis digunakan untuk menginterpretasikan serta menarik kesimpulan dari data-data yang telah terkumpul. Peneliti menggunakan *software* SEM untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Penggunaan SEM dipilih sebab dinilai lebih akurat, dimana kita tidak hanya dapat mengetahui hubungan kausalitas antar variabel/konstruksi, lebih dari itu kita dapat mengetahui komponen-komponen pembentuk variabel/konstruksi tersebut dan mengetahui besarnya.

⁶⁷Anwar Sanusi, Metodologi Penelitian Bisnis. (Jakarta: Salemba Empat, 2013) p.59

⁶⁸Sukardi, Metodologi Penelitian Bisnis. (Jakarta : PT.Bumi Aksara, 2015) p. 147

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Hair⁶⁹ “*validity is the degree to which a measure accurately represent what it is supposed to*”. Jadi validitas merupakan bukti bahwa teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan atau seharusnya. Memastikan validitas sebuah data dimulai dengan pemahaman yang menyeluruh tentang apa yang harus diukur dan kemudian membuat pengukuran sebagai "benar" dan seakurat mungkin.

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan *exploratory factor analysis* (EFA). Menurut Hair⁷⁰, *Exploratory factor analysis* merupakan analisis faktor yang memiliki prosedur, yaitu memeriksa data dan memberikan penelitian dengan informasi kira-kira berapa banyak faktor yang diperlukan untuk menggambarkan data dalam *exploratory factor analysis*, semua variabel terukur dihubungkan untuk setiap faktor oleh suatu *estimasi loading factor*. Struktur sederhana dihasilkan ketika setiap variabel terukur mengisi dengan *loading* tinggi hanya dalam satu faktor dan memiliki loading rendah pada faktor yang lain. Proses pembentukan faktor dilakukan untuk beberapa faktor dengan mempertimbangkan nilai *eigenvalues* (λ). Pembentukan faktor yang dapat diterima jika nilai *eigenvalues* (λ) lebih dari 0,5.

⁶⁹ Hair *et.al.* *Op.Cit.*, p.8

⁷⁰*Ibid.*, p.93

Penelitian ini juga menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA). Menurut Hair⁷¹, *Confirmatory factor analysis* merupakan analisis factor yang digunakan untuk menguji bagaimana variabel-variabel terukur (indikator) yang baik menggambarkan atau mewakili suatu bilangan dari konstruk. CFA digunakan untuk menguji penegasan dari teori pengukuran yang menentukan bagaimana variabel-variabel terukur menggambarkan secara logika dan sistematis suatu konstruk yang dilibatkan dalam suatu model secara teoritis.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Hair⁷², "*Reliability is the degree to which the observed variable measure the "true" value and is "error free", thus, it is the opposite of measurement error*". Jadi, reliabilitas merupakan sejauh mana ukuran nilai kebenaran suatu variabel dan kebebasan variabel tersebut dari kesalahan (error free). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap setiap pertanyaan didalam sebuah kuesioner. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila instrumen-instrumen yang ada tetap konsisten atau stabil pada hasil yang relatif sama meskipun pengukuran tersebut diulang kembali. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0.6. Reliabilitas kurang dari 0.6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima dan 0.8 dapat dikatakan baik.

⁷¹ Hair *et.al*, *Multivariate Data Analysis.*, (Pearson Prentice Hall., 2010), seventh edition, p.94

⁷²*Ibid.*, p.9

Uji reliabilitas kuesioner biasanya dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Rumus yang dituliskan oleh Priyanto⁷³ *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma \tau^2} \right)$$

Dimana :

r_1 : reliabilitas instrumen

σb^2 : jumlah varian butir

k : banyaknya butir pertanyaan

σ^2 : jumlah varian total

3.8.3 Pengujian Hipotesis

Dalam menguji hipotesis mengenai hubungan kausalitas antar variabel yang dikembangkan pada penelitian ini, perlu dilakukan pengujian hipotesis.

Dalam penelitian ini menggunakan *structural equation model*.

Dalam penggunaannya *Structural Equation Modelling* (SEM) memiliki 3 bagian untuk menentukan sebuah model SEM dikatakan cocok atau tidak.

1. *Absolute Fit Measures*

2. *Incremental Fit Measures*

3. *Parsimonious Fit Measures*

⁷³Dwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), p. 97

Absolute Fit Measures merupakan ukuran kecocokan model secara keseluruhan (model struktural dan model pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks kovarians⁷⁴. Alat ukur pada *Absolute Fit Measures* biasanya yaitu :

1. Uji Chi Square.

Merupakan ukuran untuk mengevaluasi *fit*-nya model secara keseluruhan dan menilai besarnya perbedaan antara sampel dan matriks kovarians. Model dikatakan *fit* sempurna (*perfect fit*) apabila nilai chi-squarenya nol.

2. *Goodness of Fit Index* (GFI)

GFI menunjukkan tingkat ketepatan suatu model dalam menghasilkan matriks kovarian yang teramati. Model dianggap *fit* apabila nilai $GFI \geq 0,9$

3. *Root Mean Square Residual* (RMSR) (Yamin & Kurniawan, 2009)

RMSR adalah rata-rata residual antara matriks kovarians/korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Model dianggap *good fit* apabila nilai RMSR kurang dari 0,05 ($RMSR < 0,05$).

4. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)

RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Suatu model dikatakan *close fit* apabila memiliki nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0,05 dan

⁷⁴ Sofyan Yamin, Heri Kurniawan, *Structural Equation Modelling*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2009) p. 32

suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai RMSEA, $0,05 \leq$ RMSEA $\leq 0,08$.

Incremental Fit Measures merupakan ukuran kecocokan yang bersifat relative, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti⁷⁵. Alat ukur *Incremental fit measures* yang digunakan adalah :

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

AGFI merupakan modifikasi dari GFI untuk *degree of freedom* (df) dalam model. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki AGFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($AGFI \geq 0,9$) dan dikatakan *fit marginal* jika ($0,8 \leq AGFI \leq 0,9$).

2. *Tucker Lewis Index*(TLI)

TLI dikenal juga sebagai *Non Normed Fit Index* (NNFI), digunakan sebagai sarana untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. Nilai TLI berkisar di antara 0 sampai 1. Sebuah model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai $TLI \geq 0,9$, dan dikatakan *fit marginal* apabila memiliki nilai $TLI (0,8 \leq TLI \leq 0,9)$.

3. *Comparative Fit Index* (CFI)

CFI merupakan bentuk revisi dari NFI yang memperhitungkan ukuran sampel yang dapat menguji dengan baik, bahkan ketika ukuran sampel kecil. Nilai CFI berkisar di antara 0 sampai 1. Suatu model

⁷⁵Ibid., hlm.32

dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($CFI \geq 0,9$) dan dikatakan *marginal fit* apabila ($0,8 \leq CFI \leq 0,9$)⁷⁶.

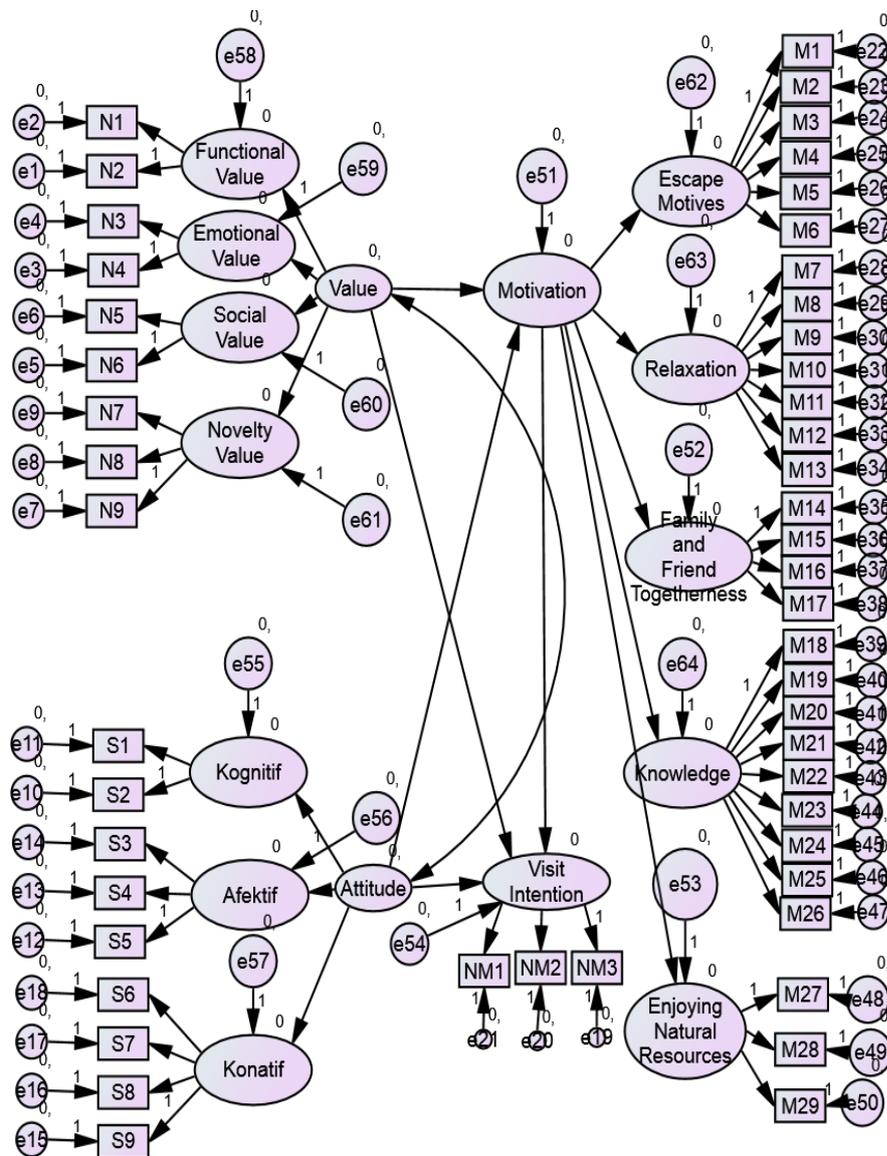
Tabel III.7
Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
Chi Square	Semakin kecil makin baik
GFI	$\geq 0,90$
RMSR	$< 0,05$
RMSEA	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$

Sumber: Haryadi Sarjono, Winda Julianita (2015) (Sarjono & Julianita, 2015)

Dalam menguji hipotesis mengenai hubungan kausalitas antar variabel yang dikembangkan pada penelitian ini, perlu dilakukan pengujian hipotesis. Hasil uji hipotesis hubungan antara variabel ditunjukkan dari nilai *standardized total effects* dan *Critical Ratio* dimana hasil dari analisis data akan mengetahui seberapa besar pengaruh atau hubungan antar variabel. Kriteria pengujian dengan memperhatikan *p-values* antar variabel yang dibandingkan dengan syarat *p-values* yaitu dibawah $< 0,05$. Dan untuk nilai C.R sendiri, yang dapat diterima apabila nilai C.R dari hipotesis tersebut $> 1,967$.

⁷⁶Haryadi Sarjono, Winda Julianita, *Structural Equation Modelling (SEM) Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015) p. 34



Gambar III.1
Diagram Konseptual Full Model
 Sumber: Data diolah peneliti