

## **BAB III**

### **METODELOGI 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 terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo.
2. Untuk mengetahui apakah sikap berpengaruh terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo.
3. Untuk mengetahui apakah *sensation seeking* berpengaruh terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo.
4. Untuk mengetahui apakah nilai berpengaruh terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo.
5. Untuk mengetahui apakah sikap berpengaruh terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo.
6. Untuk mengetahui apakah *sensation seeking* berpengaruh terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo.
7. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo.

### **3.2. Tempat dan Waktu Penelitian**

Pemilihan lokasi berdasarkan penyesuaian isi penelitian. Penelitian yang dibuat bertemakan kegiatan *traveling* ke Pulau Komodo. Jika dilihat dari dana yang cukup mahal untuk berlibur ke Pulau Komodo, maka target sasaran kuesioner adalah orang-orang yang bekerja dan berpendapatan sedang hingga tinggi. Maka peneliti memutuskan untuk menyebarkan kuesioner kepada karyawan di wilayah Sudirman yang dikenal sebagai *Financial Distric*. Dilihat dari pengamatan peneliti, banyak karyawan muda yang bekerja di kawasan Sudirman. Mereka memiliki potensi yang tinggi pernah melakukan kegiatan *traveling* ke Pulau Komodo maupun memiliki potensi yang tinggi untuk ber-*traveling* ke Pulau Komodo. Penyebaran kuesioner dilakukan secara bertahap selama 3 bulan, yang dimulai pada bulan November 2016 hingga awal Februari 2017.

### **3.3. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, Menurut Sugiono, metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

Selanjutnya Sugiono menambahkan, Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan

sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.<sup>1</sup>

Didefinisikan juga oleh Malhotra, metode penelitian kuantitatif adalah metode riset yang bertujuan untuk mengkuantifikasikan data dan biasanya, menerapkan analisis statistik tertentu.<sup>2</sup>

Desain penelitian dalam penelitian ini adalah *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal, riset deskriptif menurut Malhotra merupakan satu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu-biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Sedangkan penelitian kausal menurut Malhotra adalah satu jenis riset konklusif yang tujuan utamanya adalah mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab-akibat (hubungan kausal). Menurut Sugiyono hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab-akibat. Dengan kata lain, riset kausal ini bermaksud untuk memahami variabel mana yang mempengaruhi (variabel independen) dan variabel mana yang dipengaruhi atau yang merupakan akibat ( variabel dependen).<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini ditetapkan nilai dan sikap sebagai variabel bebas, dengan symbol X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, niat sebagai variabel terikat dengan simbol Y dan motivasi sebagai variabel intervening dengan simbol Z.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2009), p., 6

<sup>2</sup> Naresh K. Malhotra, Riset Pemasaran, *Marketing Research: An applied Orientation*, (Pearson Education. 2004), fourth edition, 93

<sup>3</sup> Ibid., p. 93

### 3.4 Populasi dan *sampling*

Menurut Sugiyono, “Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.<sup>4</sup>

Menurut Suharsini Arikunto, Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.<sup>5</sup>

Selanjutnya menurut Nazir, Populasi adalah kumpulan diri individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Dari uraian diatas dapat dipaparkan bahwasanya populasi adalah keseluruhan obyek/subyek penelitian yang terkumpul dengan kualitas, ciri dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan.<sup>6</sup>

Suharsini Arikunto menyatakan, sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.<sup>7</sup> Selain itu menurut Nazir, sampel adalah bagian dari populasi. Sugiyono menyatakan kembali, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>8</sup>

Maka menurut Zainuddin, sampel adalah bagian atau wakil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>9</sup>

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

---

<sup>4</sup> Sugiyono:90, Metode Penelitian Administrasi, Cetakan ke-14, Alfabeta, Bandung, 2006

<sup>5</sup> Suharsini Arikunto, Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek, Rineka Cipta, Jakarta, 1998

<sup>6</sup> Zainuddin, 2006210019, Adm. Negara, Unitri, 2010

<sup>7</sup> Suharsini Arikunto: 117, Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek, Rineka Cipta, Jakarta, 1998

<sup>8</sup> Sugiyono:91, Metode Penelitian Administrasi, Cetakan ke-14, Alfabeta, Bandung, 2006

<sup>9</sup> Zainuddin, 2006210019, Adm. Negara, Unitri, 2010

1. Ukuran sampel dimulai dari 100 – 200 sampel untuk teknik estimasi maximum likelihood (ML).
2. Bergantung dengan jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
3. Tergantung dengan jumlah indikator yang digunakan didalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel sebenarnya adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali lima sampai dengan sepuluh.
4. Jika sampel yang digunakan sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu.<sup>10</sup>

**Tabel III.1**

**Jumlah Responden Penelitian Terdahulu**

No.	Sumber	Metode Sampling	Jumlah Responden	Karakter Responden	Lokasi	Metode Analisis Data
1.	Intan Dyah Anggreini (2013)	<i>Purposive Sampling</i>	100	Responden yang belum pernah berkunjung ke Objek Argowisata Pagilaran	Jawa Tengah	SPSS
2.	Usep Suhud (2015)	<i>Random Sampling</i>	551	Relawan, wisatawan, wisatawan, sukarelawan	<i>Online</i>	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>
3.	Mimi Li	<i>Varimax</i>	996	Peserta	China	<i>Structural</i>

<sup>10</sup> Hair et al, *Multivariate Data Analysis, 7th edition*, (New Jersey: Pearson, 2010), p.643

	dan Liping A. Cai (2011)	<i>Rotation</i>		paket outbund, China		<i>Equation Model (SEM) with AMOS</i>
4.	Haywantee Ramkissoo na dan Muzaffer S. Uysalb (2011)	<i>Hierarchical Multiple Regression</i>	600	<i>Pengunjung Mauritius Island Island</i>	<i>Mauritius Island in Western India Ocean</i>	<i>SEM dan Hierarchical Multiple Regression</i>
5.	Usep Suhud dan Greg Wilson (2016)	<i>Random Sampling</i>	542	Responden yang memiliki kemungkinan mengikuti <i>volunteer tourism</i>	<i>Online</i>	AMOS
6.	Irena Pandza Bajs (2013)	Varimax Rotation	31	Pengunjung Kota Dubrovnik	Kota Dubrovnik	SEM
7.	Kye-Sung Chon (2009)	<i>Random Sampling</i>	349	Partisipan perjalanan	Michigan, Amerika	SPSS
8.	Paul Williams dan	<i>Purposive sampling</i>	450	Penumpang bis yang sedang	The Pinnacles Nambung	SEM

	Geoffrey N. Soutar (2009)			mengikuti perjalanan ke Pinnacles	National Park di Western Australia	
<b>9.</b>	Walter Wymer, Donald Self, and Carolyn Sara (Casey) Findley (2010),	<i>Purposive Sampling</i>	1100	Peserta olahraga ekstrim	<i>Online</i>	SEM Dengan AMOS

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan poin 1 dalam pedoman menentukan jumlah sampel jika menggunakan SEM yaitu menggunakan 200 responden yang

merupakan pegawai yang bekerja di Sudirman baik yang pernah maupun yang belum pernah mengunjungi Pulau Komodo.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini berupa data primer yang didapatkan dari proses metode *survey* yang dilakukan pada kawasan Bisnis Sudirman periode November 2016 sampai Februari 2017. Menurut Umi Narimawati, “Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data”.<sup>11</sup>

Menurut Malhotra, 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.<sup>12</sup>

### 3.6 Operasional Variabel

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

---

<sup>11</sup> Umi Narimawati, “Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi”, 2008, p., 98

<sup>12</sup> Naresh K. Malhotra, Riset Pemasaran, *Marketing Research: An applied Orientation*, (Pearson Education. 2004), *fourth edition*, 197

### 3.6.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono, variable *independen* atau bebas adalah “Merupakan variable yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable *dependen* atau terikat”<sup>13</sup>

#### 3.6.1.1 Nilai

Definisi secara 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 secara Operaional: 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 adalah kecenderungan evaluatif konsumen terhadap atau melawan elemen apa pun dalam domain pasarnya		1. Mengunjungi Pulau Komodo menunjukkan kepedulian terhadap mereka yang kurang beruntung	Vlary <i>et.al</i> (1998)
		2. Mengunjungi Pulau Komodo merupakan sesuatu yang penting	

Sumber : data diolah oleh peneliti

<sup>13</sup> Sugiyono, 2006, *Op cit.*, p. 16

### 3.6.1.2 Sikap

Definisi Konseptual : Sikap adalah ekspresi perasaan yang menunjukkan apakah seseorang menyenangkan ataupun tidak menyenangkan, 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**

<b>Konsep</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator Adaptasi</b>	<b>Sumber</b>
Sikap (X2)  Sikap ekspresi perasaan yang menunjukkan dan kecenderungan dari individu terhadap terhadap suatu objek yang relatif konsisten	Kognitif	3. Pulau Komodo memberikan pengalaman yang menyenangkan	Widiyanto dan Prasilowati
		4. Pulau komodo memberikan pengalaman yang berharga	
	Afektif	5. Pulau Komodo memberikan pengalaman yang menarik	
	6. Pulau Komodo		

		memberikan pengalaman yang memuaskan	(2015)
		7. Pulau Komodo memberikan pengalaman yang tidak terlupakan	
	Konatif	8. Mengunjungi Pulau Komodo merupakan gagasan yang tidak masuk akal	
		9. Mengunjungi Pulau Komodo membutuhkan biaya yang terjangkau	
		10. Mengunjungi Pulau Komodo Penuh Tantangan	
		11. Mengunjungi Pulau Komodo dapat memacu adrenalin	

Sumber : data diolah oleh peneliti

### 3.6.1.3 Sensation Seeking

Definisi konseptual : dari *sensation seeking* menurut Zukerman adalah “*seeking of varied, novel, complex and intense sensations and experience*”.

Definisi operasional : dari *sensation seeking* menurut Zuckerman, adalah sifat yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensai dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks juga intens dan keinginan untuk mengambil resiko sosial, legal dan finansial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman.

**Tabel III.4**

**Operasional Variabel *Sensation Seeking***

<b>Konsep</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator Adaptasi</b>	<b>Sumber</b>
<i>Sensation seeking</i> (X <sub>3</sub> ) <i>Sensation seeking</i> sifat yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensai dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks	1. <i>Thrill and Adventure Seeking</i> (TAS)	12. Mengunjungi Pulau Komodo agar memiliki pengalaman baru yang menarik, bahkan jika hal tersebut illegal 13. Mengunjungi Pulau Komodo untuk mencoba <i>bungee jumping</i> (melompat dari ketinggian dengan kaki diikat)	London & Esner (1978) dan Zuckerman (1991)

<p>juga intens dan keinginan untuk mengambil resiko sosial, legal dan finansial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman.</p>		<p>14. Mengunjungi Pulau Komodo untuk melakukan hal0hal yang menantang</p>	
	<p>2. <i>Experience seeking</i> (SE)</p>	<p>15. Mengunjungi Pulau Komodo untuk menjelajahi tempat-tempat aneh</p>	
		<p>16. Menjungi Pulau Komodo untuk memiliki pengalaman baru dan menarik, bahkan jika itu adalah illegal</p>	
	<p>3. <i>Disinhibition</i> (DIS)</p>	<p>17. Mengunjungi Pulau Komodo untuk berpesta liar</p>	
<p>4. <i>Boredom Susceptibility</i> (BS)</p>	<p>19. Mengunjungi Pulau Komodo ketika gelisah terlalu banyak menghabiskan waktu di rumah</p>		

		20. Mengunjungi Pulau Komodo ketika nengambil cuti kerja dan melakukan perjalanan tanpa rute yang tidak direncanakan sebelumnya
		21. Mengunjungi Pulau Komodo lebih suka dengan teman-teman yang spontan dan tidak terduga

### 3.6.2 Variabel Dependen

Menurut Malhotra<sup>14</sup>, 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

---

<sup>14</sup> Malhotra, *Op.Cit.*, p. 221

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.

**Tabel III.5**

**Operasional Variabel Niat Mengunjungi**

<b>Konsep</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator Adaptasi</b>	<b>Sumber</b>
Niat Mengunjungi (Y)  Niat mengunjungi merupakan ekspektasi seseorang terhadap segala sesuatu yang menjadi bagian dari pariwisata yang menimbulkan kemungkinan bagi orang tersebut untuk	-	22. Akan mengunjungi Pulau Komodo dalam 1 tahun	Juster (1966)
		23. Akan mengunjungi Pulau Komodo dalam 3 tahun	
		24. Akan mengunjungi Pulau Komodo dalam 5 tahun	

mengunjungi tempat – tempat wisata.			
---	--	--	--

Sumber : data diolah oleh peneliti

### 3.6.3 Variabel *Intervening*

Menurut Sekaran dan Bougie<sup>15</sup>, variabel *intervening* adalah variabel yang mengemukakan antara waktu variabel bebas mulai bekerja mempengaruhi variabel terikat, dan waktu variabel bebas terasa pada variabel terikat.

#### 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 memngunjungi sebuah tempat wisata.

---

<sup>15</sup> Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods for Business*, fifth edition (UK: Wiley, 2009), p. 77

**Tabel III.6**

**Operasional Variabel Motivasi**

Konsep	Dimensi	Indikator Adaptasi	Sumber
<p>Motivasi (Z)</p> <p>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 untuk bertindak melakukan sesuatu hingga mencapai hasil atau tujuan</p>	<p><i>Escape motives</i></p>	<p>25. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat melakukan hal-hal sesuai dengan cara sendiri</p>	<p>Hermansyah dan Waluya (2012)</p>
		<p>26. Mengunjungi Pulau Komodo dapat menjauhi kerumunan orang</p>	
		<p>27. Mengunjungi Pulau Komodo agar jauh dari rumsh</p>	
		<p>28. Mengunjungi Pulau Komodo agar jauh dari tekanan fisik sehari-hari</p>	
		<p>29. Mengunjungi Pulau Komodo agar jauh dari tekanan psikis sehari-hari</p>	
<p>30. Mengunjungi Pulau Komodo Gar jauh dari tuntutan</p>			

tertentu		hidup sehari-hari	
		31. Mengunjungi Pulau Komodo dapat melarikan diri dari tekanan hidup sehari-hari	
	<i>Relaxation</i>	32. Mengunjungi Pulau Komodo dapat berolahraga	
		33. Mengunjungi Pulau Komodo dapat bersenang-senang	
		34. Mengunjungi Pulau Komodo dapat mengistirahatkan pikiran	
		35. Mengunjungi Pulau Komodo dapat me- <i>recharge</i> pikiran	
		36. Mengunjungi Pulau Komodo dapat memiliki kesempatan untuk beristirahat dan rileks	
		37. Mengunjungi Pulau Komodo dapat memperoleh	

		perspective baru dalam hidup	
		38. Mengunjungi Pulau Komodo untuk menemukan hal-hal yang menarik	
		39. Mengunjungi Pulau Komodo untuk mencari petualangan	
	<i>Family and friend togetherness</i>	40. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat bergabung dengan teman-teman <i>traveller</i> lain	
		41. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat berlibur dengan teman	
		42. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat berlibur dengan keluarga	
		43. Mengunjungi Pulau Komodo dapat mempererat hubungan dengan anggota keluarga lain	

		<p>44. Mengunjungi Pulau Komodo dapat menghabiskan waktu dengan teman</p>	
	<p><i>Knowledge</i></p>	<p>45. Mengunjungi Pulau Komodo dapat menghabiskan waktu dengan keluarga</p>	
		<p>46. Tertarik dengan fauna</p>	
		<p>47. Tertarik dengan sejarah</p>	
		<p>48. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat belajar lebih banyak tentang lingkungan alam disekitarnya</p>	
		<p>49. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat melihat bagaimana orang lain hidup di sekitarnya</p>	
		<p>50. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat melihat budaya lokal sekitarnya</p>	

		51. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat melihat kehidupan dan alam liar di sekitarnya	
		42. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat mengalami budaya yang berbeda	
		53. Mengunjungi Pulau Komodo agar dapat mengalami suatu hal yang berbeda	
		54. Mengunjungi Pulau Komodo dapat meningkatkan pengetahuan tentang lingkungannya	
		55. Mengunjungi Pulau Komodo dapat meningkatkan pengetahuan tentang tempat-tempat baru	
	<i>Enjoying Natural Resources</i>	56. Mengunjungi Pulau Komodo karena memiliki	

		kualitas udara yang baik	
		57. Mengunjungi Pulau Komodo karena memiliki pemandangan yang dramatis	
		58. 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 diukur<sup>16</sup>. Pengukuran dengan skala Likert menggunakan Likert 6 agar tidak menimbulkan jawaban bias yang dapat membuat peneliti tidak dapat memperoleh informasi<sup>17</sup>

**Tabel III.7**  
**Pengukuran Skala Likert**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Kode</b>
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

---

<sup>16</sup>Anwar Sanusi, Metodologi Penelitian Bisnis. (Jakarta: Salemba Empat, 2013) p.59

<sup>17</sup> Sukardi, Metodologi Penelitian Bisnis. (Jakarta : PT.Bumi Aksara, 2015) p. 147

hubungan kausalitas antar variabel/konstruksi, lebih dari itu kita dapat mengetahui komponen-komponen pembentuk variabel/konstruksi tersebut dan mengetahui besarnya.

### **3.8.1 Uji Validitas**

Menurut Hair<sup>18</sup> “*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 Hair<sup>19</sup>, *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

---

<sup>18</sup> Hair *et.al. Op.Cit.*, p.8

<sup>19</sup> *Ibid.*, p.93

mempertimbangkan nilai *eigenvalues* ( $\lambda$ ). Pembentukan faktor yang dapat diterima jika nilai *eigenvalues* ( $\lambda$ ) lebih dari 1.

Penelitian ini juga menggunakan confirmatory factor analysis (CFA). Menurut Hair<sup>20</sup>, Confirmatory factor analysis merupakan analisis faktor yang digunakan untuk menguji bagaimana variabel-variabel terukur (indicator) 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 Hair<sup>21</sup>, “*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

---

<sup>20</sup> Hair *et.al*, *Multivariate Data Analysis.*, (Pearson Prentice Hall., 2010), seventh edition, p.94

<sup>21</sup> *Ibid.*, p.9

dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima dan 0.8 dapat dikatakan baik.

Uji reliabilitas kuesioner biasanya dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Rumus yang dituliskan oleh Priyanto<sup>22</sup> *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

$\sigma b^2$  : jumlah varians butir

$k$  : banyaknya butir pertanyaan

$\sigma^2$  : jumlah varianstotal

### 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*

---

<sup>22</sup>Dwi 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 kovarians<sup>23</sup>. 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 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 suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai  $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ .

*Incremental Fit Measures* merupakan ukuran kecocokan yang bersifat relative, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan

---

<sup>23</sup> Sofyan Yamin, Heri Kurniawan, *Structural Equation Modelling*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2009) p. 32

dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti<sup>24</sup>. 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* apabilamemiliki 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 sampelkecil.Nilai CFI berkisar di antara 0 sampai 1. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ( $CFI \geq 0,9$ ) dan dikatakan *marginal fit* apabila ( $0,8 \leq CFI \leq 0,9$ )<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup>Ibid., hlm.32

<sup>25</sup>Haryadi Sarjono, Winda Julianita, *Structural Equation Modelling (SEM) Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015) p. 34

**Tabel III.8**

***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	$0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,08$
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* dimana hasil dari analisis data akan mengetahui seberapa besar pengaruh atau hubungan antar variabel. Kriteria pengujian dengan memperhatikan *t-values* antar variabel yang dibandingkan dengan nilai kritisnya ( $t_{\text{tabel}}$ ). Nilai kritis untuk ukuran sampel besar ( $n > 30$ ) dengan taraf  $\alpha = 0.05$  yaitu sebesar 1.96. Hubungan variabel yang memiliki  $t\text{-values} > 1.96$  dapat dikatakan signifikan.



