

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh motivasi terhadap intensi mengunjungi kembali CFD Sudirman-Thamrin
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh citra destinasi, terhadap intensi mengunjungi kembali CFD Sudirman-Thamrin
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi nilai terhadap intensi mengunjungi kembali CFD Sudirman-Thamrin
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh sikap terhadap intensi mengunjungi kembali pada CFD Sudirman-Thamrin

B. Tempat dan Waktu Penelitian atau Ruang Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti bagaimana pengaruh dari motivasi, citra destinasi, persepsi nilai dan sikap, terhadap intensi mengunjungi kembali CFD Sudirman-Thamrin. Subjek dalam penelitian ini adalah warga Jakarta yang pernah mengunjungi Datang ke CFD Sudirman-Thamrin. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2016 sampai dengan Juni 2016.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan Riset kuantitatif. Menurut Malhotra Riset kuantitatif adalah metodologi riset yang berupaya untuk mengkuantifikasi data, dan biasanya menerapkan analisis tertentu.⁷⁵

⁷⁵Malhotra, Naresh K., Riset Pemasaran, (Jakarta: PT. Indeks.2009) p.161

Penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra, riset deskriptif adalah suatu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan suatu karakteristik.⁷⁶ Sedangkan riset kausal bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen.⁷⁷

Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi yaitu untuk memperoleh deskripsi dari motivasi, citra destinasi, persepsi nilai, dan sikap, intensi mengunjungi kembali. Sedangkan penelitian kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi citra destinasi, persepsi nilai, dan sikap, intensi mengunjungi kembali.

Penelitian ini menggunakan metode survey yang menggunakan instrumen berupa kuesioner. Menurut Malhotra, metode survey adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang di rancang untuk mendapatkan informasi spesifik⁷⁸. Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*).

D. Populasi dan Sampling

1) Populasi

Menurut Sekaran dan Bougie,⁷⁹ populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau halminat yang ingin peneliti investigasi. Populasi

⁷⁶ Malhotra, *Op.cit*) p. 93

⁷⁷ Malhotra, *Op.cit*, p.100

⁷⁸ Malhotra, *Op.cit*, p 196

⁷⁹ Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods for Business*, Sixth Edition, (West Sussex, UK: John Wiley & Sons Ltd. 2013) p.240

pada penelitian ini mengacu pada pengunjung CFD yang sudah pernah berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite*, yaitu objek dengan ukuran yang tidak terhingga (*infinite*), yang karakteristiknya dikaji atau diuji melalui sampling karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti pengunjung yang pernah mengunjungi CFD Sudirman-Thamrin.

2) Sampel

Sampel menurut Malhotra adalah subkelompok elemen yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Menurut Hair *et.al.*,⁸⁰ 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.

Model estimasi yang paling populer dalam analisis SEM adalah *Maximum Likelihood (ML)*. Metode ML ini juga dipakai sebagai *default* oleh AMOS,

⁸⁰ Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta, Salemba Empat, 2011), p.175

disamping alternatif mode lain, seperti GLS atau ULS. Metode ML akan efektif pada jumlah sampel antara 150 data sampai 400 data.

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sekaran, *purposive sampling* adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan dalam memberikan informasi.⁸¹ Alasan penggunaan *purposive sampling* adalah diharapkan sampel yang akan diambil benar-benar memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Responden dalam penelitian adalah pengujung yang berdomisili di DKI Jakarta, yang sudah pernah mengunjungi CFD Sudirman-Thamrin dalam kurun waktu 1 kali dalam 3 bulan terakhir. Alasan ditetapkan batasan tersebut ialah diharapkan kriteria sampel yang akan diambil benar-benar memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Maka pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan disesuaikan berdasarkan teori Hair *et.al* diatas menyarankan pada poin pertama ketentuan ukuran sampel 100 – 200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood (ML)*, hal ini telah memenuhi kriteria jumlah minimal sampel.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa penelitian terdahulu juga menggunakan sampel yang berkisar antara 100-850 sehingga peneliti akan menggunakan sampel yaitu dengan jumlah 200 sampel.

⁸¹ Sekaran, *Research Method for Business* (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4), (Jakarta: Salemba 4, 2007), p. 48

Tabel III.1

Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian Penelitian Terdahulu Penulis dan Tahun	Karakteristik Sampel	Jumlah Sampel	Teknik Pemilihan Sampel	Tempat Penelitian	Teknik Analisis Data
Khuong, & Ha (2014)	wisatawan internasional di Kota Ho Chi Minh	426	<i>Purposive sampling</i>	Vietnam	multiple regression dan <i>path analysis</i>
Pantouw, dan Pangemanan (2014)	orang atau turis yang sudah datang ke Sulawesi utara	100	<i>Purposive sampling</i>	Sulawesi Utara	multiple linear regression analysis
Goh (2015)	Orang-orang yang mengunjungi <i>Beutique Hotel</i>	300	<i>drop-off, pick up method</i>	George Town, Penang	smart partial least squares (PLS)
Pratminingsih, Rudatin, Rimenta 2014	Orang-orang yang mengunjungi Bandung antara Desember 2012 dan Januari 2013	268	<i>Non-probability-convenience sampling</i>	Bandung	Validity dan Reliability test, SEM
Herstanti, Suhud & Wibowo	Orang-orang Indonesia yang telah mengunjungi Sydney	227	<i>Purposive sampling</i>	3 tour ternama di Indonesia	Exploratory analysis, confirmatory, SEM
Ramadlani & Hadiwidjaja (2013)	Orang-orang yang mengunjungi kota batu	100	Non-probability sampling	Kota batu, Malang	P analysis
Muala (2011)	Wisatawan internasional di hotel Yordania di selatan.	850	Random sampling	Yordania	<i>Structural Equation model (SEM)</i>
Ziadat (2015)	Turis internasional yang mengunjungi hotel di Yordania	403	Random sampling	Yordania	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA) dan Structural Equation modelling</i>

					<i>techniques (Amos 20).</i>
--	--	--	--	--	------------------------------

Sumber : data di olah peneliti

E. Teknik Pengumpulan Data atau Operasionalisasi Variabel Penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data antara lain data primer dan data sekunder. Data primer menurut Malhotra adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset.⁸² Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Data sekunder menurut Malhotra mendefinisikan data sekunder sebagai data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi.⁸³ Data sekunder yang peneliti dapatkan berasal dari beberapa portal berita dan situs lainnya yang digunakan dalam pencarian referensi teori maupun jurnal.

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode survei dan metode observasi pada objek wisata olahraga CFD S sudirman thamrin. Menurut Malhotra, metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Tujuannya untuk memperoleh informasi berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan ke responden.⁸⁴ Sedangkan metode

⁸²Malhotra,*Op.cit*, p.120

⁸³Malhotra,*Op.cit*, p.121

⁸⁴Malhotra,*Op.cit*, p.196

pengamatan (observasi) adalah perekaman pola perilaku orang, objek, dan peristiwa dengan cara yang sistematis untuk memperoleh informasi mengenai fenomena yang sedang diteliti.⁸⁵

1. Variabel Terikat

Menurut Malhotra variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Sedangkan, menurut Malhotra variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji.⁸⁶ Dalam penelitian ini diketahui variabel dependen adalah intensi berkunjung kembali.

2. Variabel Bebas

Malhotra menyatakan variabel independen atau variabel bebas adalah variabel alternatif yang dimanipulasi (yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari motivasi, citra destinasi, persepsi nilai, sikap.

3. Oprasionalisasi Variabel

Adapun oprasionalisasi variabel dan indikator adaptasi yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel III.2.

Tabel III.2

Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
--------	---------	--------------------	--------------------	--------

⁸⁵ Malhotra, *Op.cit.*, p.216

⁸⁶ Malhotra, *Op. cit.*, p.242

Motivasi (XI). Menurut Mahika Motivasi wisatawan dapat di definisikan sebagai stimulus psikologis untuk menentukan keinginan untuk berpergian Menurut Azman dan Chan mengemukakan bahwa motivasi terdiri dari 2 faktor yaitu : 1. push factor. 2. pull factor.	1. Faktor Push	<i>To meet new people</i>	Saya berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin untuk bertemu orang baru	Huong & Ha (2014), Vureen & Slabbert (2011)
		<i>To socialize with local community</i>	Saya berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin bersosialisasi dengan pengunjung lainnya	
		<i>To escape from daily routine</i>	Saya berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin Untuk pergi dari rutinitas sehari-hari	
		<i>To Have Fun</i>	Saya berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin Untuk bersenang-senang	
	2. Faktor Pull	<i>Attending sporting Events</i>	Saya berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin untuk datang ke event olahraganya	Huong & Ha (2014), Reihanian et.al(2015)
		<i>Good physical amenities: accommodation, transportation, and recreation facilities</i>	Saya berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin karena disana fasilitasnya baik	
		<i>Festival/special events</i>	Saya berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin karena disana ada Festival / acara special	
		<i>Easy access destination</i>	Saya berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin karena akses kesana mudah	
	<i>Safe access destination</i>	Saya berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin karena akses kesana aman		

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
Citra destinasi (<i>Destination image</i>) (X2). Menurut Lawson and Baud Bovy. Citra destinasi tujuan wisata (Destinat	1. Dimensions of Cognitive	<i>Alanya has adequate sports areas.</i>	CFD memiliki area untuk olahraga yang memadai	Artuğer et al (2013)
		<i>Alanya has adequate entertainment areas.</i>	CFD memiliki area untuk hiburan yang memadai	
		<i>The people of Alanya are friendly</i>	Orang-orang yang saya temui di CFD ramah-ramah	
		<i>The people of Alanya are helpful.</i>	Orang-orang yang saya temui di CFD suka membantu	
		<i>Alanya is an affordable city.</i>	CFD adalah sebuah event yang terjangkau.	

ion Image)ad alah ekspresi dari pengetah uan, prasangk a, imajinasi dan emosi pemikira n yang objektif dari seorang individu atau kelompo k tentang sebuah lokasi. Hailing Qu et al., mengung kapkan bahwa citra destinasi terdiri dari beberapa dimensi yaitu sebagai berikut:	2. Dimensions of affective	<i>Alanya is an lively city.</i>	CFD adalah sebuah event yang ramai	Artuğer et al (2013) ; Banki et al (2014)
		<i>Relaxing</i>	CFD memiliki suasana santai	
	3. Dimensions of unique	<i>Restful atmosphere</i>	CFD memiliki suasana yang menenangkan	Qu et al (2011)
		<i>Clean environment</i>	CFD memiliki Lingkungan bersih	
	<i>Shopping</i>	Di CFD saya dapat berbelanja		

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
Persepsi nilai (<i>Perceived value</i>) (X3). McDoug all and Levesque mengata kan Nilai yang diperseps ikan	1. Functional Value	<i>Staying at the hotel improves my quality of life.</i>	Berkunjung ke CFD dapat meningkatkan kualitas hidup saya.	Pham, Huang (2014)
		<i>The services of hotel are effective</i>	Menurut Saya CFD diselenggarakan dengan sangat efektif.	
		<i>The services of hotel are convenient.</i>	Menurut Saya CFD diselenggarakan dengan sangat nyaman	
		<i>There was nothing making me complain about the services of hotel.</i>	Tidak ada yang membuat Saya mengeluh ketika berkunjung ke CFD	

adalah hasil atau keuntungan konsumen terima dari semua biaya termasuk harga yang ia bayar ditambah biaya yang berhubungan dengan pembelian.	2. Emotional Value	<i>Cruise vacation for you is an event full of fresh feeling</i>	Berkunjung ke CFD untuk Saya adalah sebuah acara penyegaran pikiran	Shen et al (2014)
		<i>Cruise vacation brings you plenty of pleasure</i>	Berkunjung ke CFD,memberikan Saya banyak kesenangan	
		<i>Cruise vacation brings you plenty of happiness</i>	Berkunjung ke CFD,memberikan Saya banyak kebahagiaan	
		<i>Cruise vacation makes your mind relaxed</i>	Berkunjung ke CFD membuat pikiran saya rileks	
		<i>Cruise vacation makes your body relaxed</i>	Berkunjung ke CFD membuat tubuh saya rileks	
	3. social value	<i>Cruise vacation can show your social status</i>	Berkunjung ke CFD dapat menunjukkan status sosial Saya	Shen et al (2014)
		<i>Cruise vacation makes people around you admire you</i>	Berkunjung ke CFD membuat orang di sekitar Saya mengagumi Saya	
		<i>Cruise vacation makes you fully interactive with your family and friends, improving your relationship</i>	Berkunjung ke CFD membuat Saya dapat meningkatkan hubungan dengan keluarga dan teman-teman,	

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Sikap (Attitude) (X4)</i> Menurut Ziadat sikap turis di definisikan sebagai perasaan negative atau positif dari suatu perilaku turis terhadap tempat pariwisata. Menurut	1. dimensi economics	<i>The prices of goods are likely to increase because of tourism.</i>	Harga barang cenderung meningkat karena adanya CFD Sudirman-Thamrin	Mohamad (2012)
		<i>The prices of services are likely to increase because of tourism.</i>	Harga jasa cenderung meningkat karena adanya CFD Sudirman-Thamrin	
		<i>The price of real estate (e.g. house,land, etc) is likely to rise because of tourism</i>	Harga barang yang di jual di sekitar kawasan CFD Sudirman-Thamrin kemungkinan akan meningkat karena adanya CFD Sudirman-Thamrin	
	2. dimensi environment	<i>Tourism is likely to result in unpleasantly overcrowded parks, and other outdoor places in our community.</i>	CFD Sudirman-Thamrin adalah cenderung menghasilkan tempat yang kurang menyenangkan penuh sesak, dan tempat outdoor lainnya	Mohamad (2012), Cañizares et al (2014)
	<i>Improves environmental protection</i>	CFD Sudirman-Thamrin meningkatkan perlindungan lingkungan		

Mohamad sikap pada kepariwisatawan terdapat 4 dimensi : 1. <i>economic</i> 2. <i>environment</i> 3. <i>social</i> 4. <i>cultural</i>		<i>Improves infrastructures</i>	Adanya CFD Sudirman-Thamrin dapat meningkatkan infrastruktur di sekitar kawasannya	
	3. dimensi <i>social</i>	<i>Tourism is likely to lead to more vandalism in our community.</i>	CFD Sudirman-Thamrin cenderung menyebabkan lebih banyak vandalisme dalam masyarakat kita.	Mohamad (2012), Cañizares et al (2014)
		<i>Increase in travel accidents</i>	CFD Sudirman-Thamrin dapat meningkatkan kecelakaan	
		<i>Improves standards of living</i>	CFD Sudirman-Thamrin Meningkatkan standar hidup saya	
	4. dimensi <i>cultural</i>	<i>Tourism encourages a wide variety of cultural activities such as crafts, art, and music in the community.</i>	adanya CFD Sudirman-thamrin dapat mendorong berbagai kegiatan budaya	Mohamad (2012)
	<i>Promotes recreational activities</i>	CFD Sudirman-Thamrin Memberikan aktivitas rekreasi		

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
Intensi mengunjungi kembali (<i>revisit Intention</i>) (Y). Menurut Kozak: ” merupakan niat untuk kembali wisatawan yaitu kemauan untuk mengunjungi tujuan yang sama atau obyek wisata lain di negara yang sama. Menurut Kinnear dan Taylor, minat kunjungan ulang dapat diidentifikasi	1. Minat transaksional	<i>I would revisit Sydney for vacation</i>	Saya akan kembali berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin untuk liburan	Herstanti, Suhud, & wibowo (2014) Huo & Hsieh (2013), Huang & Ha (2014),
		<i>Australia is the country of my primary choice for a vacation in the future</i>	CFD Sudirman-Thamrin adalah tempat pilihan utama saya untuk berlibur di masa depan	
		<i>I would rather visit the city of Sydney, compared to other cities in Australia</i>	Saya lebih suka berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin dibandingkan dengan tempat lain di Sudirman-Thamrin	
		<i>This destination is worth for visiting again</i>	CFD Sudirman-Thamrin layak untuk dikunjungi kembali	
	2. Minat referensial	<i>I would recommend Sydney to my friends as a destination for vacation.</i>	Saya akan merekomendasikan CFD Sudirman-Thamrin ke teman-teman saya sebagai tujuan liburan.	Herstanti, Suhud, & wibowo (2014)
		<i>I would tell positive things about my experience during my vacation in Sydney.</i>	Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama berkunjung ke CFD Sudirman-Thamrin	
		<i>I would recommend Sydney, to my relatives as a</i>	Saya akan merekomendasikan CFD Sudirman-Thamrin	

asi melalui dimensi sebagai berikut. a. Minat transaksional. b. Minat referensial c. Minat preferensial d. Minat eksploratif		<i>destination for vacation</i>	kepada kerabat saya sebagai tujuan liburan	
	3. Minat preferensial	<i>I want to experience this destination again</i>	Saya akan mengunjungi CFD Sudirman-Thamrin lagi di masa depan.	Cong, Chuong & Hung (2013) Huo & Hsieh (2013), Huong & Ha (2014),
		<i>I expect to visit X city again.</i>	Saya berharap untuk dapat mengunjungi kembali CFD Sudirman-Thamrin	
		<i>I revisit this destination for special purpose</i>	Saya mengunjungi kembali CFD Sudirman-Thamrin karena ada tujuan tertentu	
		<i>I revisit this destination because the place is famous</i>	Saya mengunjungi kembali CFD Sudirman-Thamrin Karena tempat ini terkenal	
	4. Minat eksploratif	<i>Tourists will search for new information about tourist attractions in the destination that has been visited.</i>	saya akan mencari informasi baru tentang CFD Sudirman-Thamrin	Herstanti, Suhud, & wibowo (2014), Huong & Ha (2014),
		<i>I will keep contact with the people that I know in Vietnam for the next time I visit</i>	Untuk selanjutnya, saya akan menyimpan kontak dengan orang yang saya kenal Ketika saya berkunjung kembali ke CFD Sudirman-Thamrin	

Sumber : data di olah peneliti

4. Skala Pengukuran

Untuk mengukur bagaimana tingkat persetujuan responden, penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Malhotra⁸⁷ umumnya, masing-masing item *scale* kategori, yang berkisar antara “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”. pernyataan yang tercantum pada kuesioner Tabel III.3 sebagai berikut:

⁸⁷ Malhotra, Naresh K, *Op. cit.*, 298

Tabel III.3
Bobot Penilaian Kuisisioner

Pilihan Jawaban		Bobot Skor
Sangat tidak setuju	STS	1
Tidak setuju	TS	2
Sedikit tidak setuju	SeTS	3
Sedikit Setuju	SeS	4
Setuju	S	5
Sangat setuju	SS	6

Sumber : Malhotra

F. Teknik Analisis Data.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menggambarkan setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain penyajian data melalui tabel atau grafik. Perhitungan data dengan menggunakan frekuensi dan penggunaan prosentase.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Menurut Malhotra, validitas merupakan instrumen dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, bukan kesalahan sistematis.⁸⁸ Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian.

⁸⁸ Malhotra, *Op. cit.*, p.318

Pengukuran validitas sangat penting dilakukan dalam penilaian kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Menurut Malhotra validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel.⁸⁹ Untuk melihat korelasi dalam validitas maka digunakan *factor analysis*. *Factor analysis* merupakan metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki keterkaitan satu sama lain. *Factor analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*).

EFA berfungsi sebagai penunjuk faktor-faktor yang dapat menjelaskan korelasi antar variabel. Setiap variabel memiliki nilai *factor loading* yang mewakilinya. Menurut Hair et al., nilai *factor loading* dalam EFA dapat ditentukan berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian.⁹⁰ Validitas konvergen pada EFA tercapai apabila indikator-indikator dari sebuah variabel tertentu mengelompok pada satu komponen dengan nilai *factor loading* sebesar batasan yang telah ditentukan berdasarkan jumlah sampel penelitian. Pedoman nilai *factor loading* pada EFA berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

⁸⁹ Malhotra, *Op. cit.*, p.319

⁹⁰ Hair, et. al, *Multivariate Data Analysis, Seventh Editions* (New Jersey: Prentice Hall, 2010), p.117

Tabel III.4

Nilai Loading Significant EFA Berdasarkan Jumlah Sampel

<i>Factor Loading</i>	Jumlah Sampel
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.

Sedangkan reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuisioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Menurut Priyatno adalah dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha⁹¹. Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

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

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

σb^2 = jumlah varians butir

⁹¹Dwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), p. 97

k =banyaknya butir pertanyaan

σ^2 =jumlahvarianstotal

3. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS 22.

Metode Analisis dilakukan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS *for windows* versi 22 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS versi 22 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

SEM mampu menganalisis hubungan antara variabel laten dengan variabel indikatornya, hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain, juga mengetahui besarnya kesalahan pengukuran. Penelitian ini menggunakan teknik *Confirmatory Factor Analysis* atau analisa faktor konfirmatori pada SEM yang digunakan untuk mengkonfirmasi indikator-indikator yang paling dominan dalam suatu konstruk.⁹²

Melalui perangkat lunak SEM, tidak hanya hubungan kausalitas (langsung dan tidak langsung) pada variabel atau konstruk yang diamati dapat terdeteksi, tetapi komponen-komponen yang berkontribusi terhadap pembentukan konstruk itu sendiri dapat ditentukan besarnya. Sehingga

⁹² Sugiyono, *Loc.cit.*, p.323

hubungan kausalitas di antara variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap dan akurat.

Menurut Sanusi⁹³ terdapat beberapa alat uji model pada SEM yang terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. *Absolute Fit Indices*
2. *Incremental Fit Indices*
3. *Parsimony Fit Indices*

Absolute fit indices merupakan pengujian yang paling mendasar pada SEM dengan mengukur model *fit* secara keseluruhan baik model struktural maupun model pengukuran secara bersamaan. Lebih spesifik untuk ukuran perbandingan model yang diajukan dengan model lain disebut *incremental fit indices*. Melakukan *adjustment* terhadap pengukuran *fit* untuk dapat diperbandingkan antar model penelitian disebut *Parsimony Fit Indices*.

Di bawah ini merupakan indeks- indeks uji kesesuaian model pada SEM, yaitu sebagai berikut :

1. *Chi-Square (CMIN)*

Chi-Square merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur *overall fit*. *Chi-Square* ini bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Bila jumlah sampel yang digunakan cukup besar yaitu lebih dari 200 sampel, maka *chi-square* harus di dampingi oleh alat uji lainnya. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi-square* rendah. Semakin kecil nilai *chi-*

⁹³Sanusi, *Op.cit.* p. 180

square (CMIN) maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas (p) dengan *cut off value* sebesar $p > 0,05$.

Sampel yang terlalu kecil (kurang dari 50) maupun sampel yang terlalu besar akan sangat mempengaruhi *chi-square*. Oleh karena itu, penggunaan *chi-square* hanya sesuai bila ukuran sampel adalah antara 100 dan 200. Bila ukuran sampel diluar rentang itu, uji signifikansi menjadi kurang reliabel, maka pengujian ini perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya.

2. *GFI (Goodness of Fit Index)*

Indeks kesesuaian ini sebuah ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan fit yang lebih baik. GFI yang diharapkan adalah nilai diatas 0.95.

3. *CMIN/DF*

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

4. *TLI (Tucker Lewis Index)*

Nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar > 0.95 dan nilai yang mendekati 0.1 menunjukkan *very good fit*.

5. *CFI (Comparative Fit Index)*

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks *CFI* berada pada rentang 0-1, dimana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Nilai *CFI* yang diharapkan adalah sebesar $\geq 0,95$. Dalam pengujian model, indeks *TLI* dan *CFI* sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi pula oleh kerumitan model.

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

Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai *RMSEA* menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi). Nilai *RMSEA* yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model.

Dengan demikian indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti yang dirangkum dalam tabel III.5 berikut ini:

Tabel III.5*Goodness of fit indices*

Goodness of Fit Indices	Cut-off Value
Chi-Square (CMIN)	Diharapkan Kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Sanusi, A, Metode Penelitian Bisnis, (Sudirman-Thamrin:Salemba Empat,