

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, pengambilan data akan berfokus pada pengguna yang telah dan akan melakukan perjalanan udara dengan menggunakan maskapai penerbangan Sriwijaya Air Indonesia. Kemudian pengambilan data akan diadakan di Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada Mei 2018 hingga Juni 2018.

Batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Responden penelitian adalah penumpang maskapai yang akan, dan atau telah berpergian menggunakan Sriwijaya Air Indonesia.
2. Responden yang digunakan adalah penumpang yang telah menggunakan jasa penerbangan Sriwijaya Air Indonesia minimal 2 kali.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Malhotra (2010), penelitian kuantitatif adalah sebuah metodologi penelitian yang berusaha untuk mengukur data dan, biasanya, berlaku beberapa bentuk analisis statistik. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menitikberatkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat setiap variabel.

Desain penelitian *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif adalah sebuah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi sesuatu – biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Sedangkan penelitian kausal sebuah jenis penelitian konklusif dimana tujuan utamanya adalah untuk memperoleh bukti berdasarkan hubungan sebab-akibat. Penelitian ini akan melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis dan menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yaitu citra perusahaan, harga, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei yaitu dengan penyebaran kuisioner yang telah terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik.

C. Populasi dan *Sampling* atau Jenis dan Sumber Data

1. Populasi

Menurut Malhotra (2010), populasi adalah sekumpulan elemen yang membagi beberapa set umum karakteristik dan terdiri atas semua bidang masalah riset pemasaran. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pengguna yang pernah melakukan perjalanan udara dengan menggunakan maskapai Sriwijaya Air Indonesia minimal dua kali. Populasi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah populasi yang bersifat *infinite*, karena peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah pengguna yang minimal sudah dua kali melakukan perjalanan udara dengan menggunakan maskapai Sriwijaya Air Indonesia.

2. Sampel

Malhotra (2010) mengungkapkan bahwa sampel adalah sebuah subgroup dari sebuah elemen populasi terpilih untuk berpartisipasi dalam sebuah studi. Roscoe yang dikutip Uma Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

- a. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
- b. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat
- c. Dalam penelitian *mutivariate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian
- d. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20

Ferdinand dalam Rahyuda dan Atmaja (2011) mengatakan bahwa model dalam SEM ukuran sampel yang dapat digunakan adalah antara 100-200 atau tergantung dari jumlah parameter yang digunakan dalam seluruh variabel laten, yaitu parameter dikalikan 5 sampai dengan 10.

Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2010), *purposive sampling* adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan dalam memberikan informasi. Dalam hal

ini responden yang memenuhi kriteria adalah pengguna yang sudah melakukan perjalanan udara dengan menggunakan maskapai Sriwijaya Air Indonesia minimal sebanyak dua kali.

Dalam pengambilan sampel, peneliti akan menyebarkan kuisisioner kepada responden pengguna jasa penerbangan Sriwijaya Air.

D. Teknik Pengumpulan Data atau Operasionalisasi Variabel Penelitian

1. Prosedur pengumpulan data

Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data antara lain data primer dan data sekunder. Menurut Malhotra (2010), data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Data ini dikumpulkan oleh peneliti melalui pembagian kuisisioner di Bandara Internasional Soekarno-Hatta dan online kuisisioner.

Data sekunder menurut Malhotra (2010), adalah data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data sekunder yang peneliti dapat berasal dari jurnal yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan beberapa situs lainnya yang digunakan dalam pencarian referensi teori, jurnal, maupun data-data yang dibutuhkan peneliti.

2. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Menurut Sugiyono variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan judul penelitian ini yaitu “Pengaruh Citra Perusahaan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Sriwijaya Air”, maka terdapat beberapa variabel penelitian dalam penelitian ini, yang terdiri dari variabel dependen yaitu kepuasan pengguna (Y_1), dan loyalitas pengguna (Y_2), dengan variabel independen yaitu citra perusahaan (X_1), dan harga (X_2).

a. Variabel Terikat

Menurut Malhotra (2010), variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Dalam penelitian ini diketahui variabel dependen adalah kepuasan pengguna dan loyalitas pengguna dimana pengguna akan menjadi loyal dan setia pada suatu produk atau jasa sebuah perusahaan apabila apa yang didapatkan oleh pengguna sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengguna. Jika pengguna telah mendapatkan apa yang mereka harapkan pada suatu produk atau jasa, mereka akan membeli kembali produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

b. Variabel Bebas

Malhotra (2010) 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 adalah Citra Perusahaan dan Harga.

c. *Operasionalisasi Variabel*

Tabel III.1

Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
Citra Perusahaan (X ₁)	1 I have always had a good impression of this airline	1 Saya selalu mendapatkan kesan yang baik dari maskapai Sriwijaya Air	Geraldine dan David (2013)
	2 I believe that this airline has a better image than its competitors	2 Saya percaya bahwa maskapai Sriwijaya Air memiliki citra yang lebih baik dibandingkan maskapai lainnya	
	3 In my opinion, this airline has a good image in the minds of passengers	3 Menurut pendapat saya, maskapai Sriwijaya Air memiliki citra yang baik dalam benak para penumpangnya	
	4 I believe that this bank does what it promises for its clients	4 Saya percaya bahwa maskapai Sriwijaya Air melakukan apa yang dijanjikan kepada penggunanya	Flavian, Torres, dan Guinaliu (2004)
	5 This bank or savings bank has a good reputation	5 Maskapai Sriwijaya Air memiliki reputasi yang baik	
	6 I believe that the reputation of this bank or savings bank is better than that of the rest of the companies	6 Saya percaya bahwa reputasi maskapai Sriwijaya Air lebih baik dibandingkan dengan maskapai lainnya	
Harga (X ₂)	1 Fairness the price of airline tickets	7 Harga tiket pesawat sangat wajar	Riandarini <i>et al.</i> (2015)
	2 Discount programs	8 Maskapai Sriwijaya Air menawarkan penawaran tiket murah yang menarik	

	3	Fairness of price and service delivery	9	Harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan		
	4	Harga tiket TigerAir Mandala sesuai dengan kualitasnya	10	Harga tiket maskapai Sriwijaya Air sesuai dengan kualitasnya	Harjati dan Venesia (2015)	
	5	Harga tiket TigerAir Mandala sesuai dengan manfaat yang disediakan	11	Harga tiket maskapai Sriwijaya Air sesuai dengan manfaat yang disediakan		
	6	TigerAir Mandala menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pelayanan lowcost lainnya	12	Maskapai Sriwijaya Air menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan maskapai lainnya		
Kepuasan Pengguna (Y ₁)	1	I am satisfied with my decision to use PIA as a service provider	13	Saya puas dengan keputusan saya menggunakan maskapai Sriwijaya Air untuk bepergian		Ali, Dey, dan Filieri (2014)
	2	My choice of PIA as a service provider was a wise one	14	Pilihan saya akan maskapai Sriwijaya Air merupakan pilihan yang terbaik		
	3	I think I did the right thing when I chose to travel by PIA	15	Saya pikir, saya melakukan hal yang benar ketika memilih maskapai Sriwijaya Air untuk bepergian		
	4	I feel that my experience with PIA has been enjoyable	16	Saya rasa, pengalaman saya dengan maskapai Sriwijaya Air cukup menyenangkan		
		5	The in-flight services that this airline offers are worth what I pay for	17	Pelayanan yang diberikan dalam penerbangan maskapai Sriwijaya Air sesuai dengan harga yang saya bayar	Zangmo, Liampreecha, dan Chemsripong (2014)
		6	This airline values customer's comments	18	Maskapai Sriwijaya Air menghargai pendapat penggunanya	
Loyalitas Pengguna (Y ₂)	1	All airlines are the same (Shopper)	19	Semua maskapai penerbangan sama saja	Riandarini <i>et al.</i> (2015)	
	2	I will use this airline on the next flight (Client)	20	Saya akan menggunakan maskapai Sriwijaya Air dalam penerbangan saya yang akan datang		

	3 I will always use this airline as a partner in my journey (Partner)	21 Saya akan selalu menggunakan maskapai Sriwijaya Air sebagai partner saya dalam bepergian	
	4 Because many benefits, I would recommend this airlines to others (Influencer)	22 Karena banyaknya manfaat yang didapat, saya akan merekomendasikan maskapai Sriwijaya Air kepada orang lain	
	5 I would choose this airline preferentially	23 Saya akan memilih maskapai Sriwijaya Air secara istimewa	
	6 Even if the price were relatively expensive, I would use this airline	24 Jika harga tiket maskapai Sriwijaya Air relative mahal, saya akan menggunakan maskapai ini	Seo dan Park (2017)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2018)

3. Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tercantum pada kuesioner. Menurut Malhotra (2010) skala likert adalah sebuah skala pengukuran dengan 6 kategori respon berkisar dari “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju,” dimana responden dibutuhkan untuk mengindikasikan sebuah tingkat ketidaksetujuan atau kesetujuan dengan masing-masing seri pernyataan terhubung dengan objek stimulus. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan, baik bersifat *favorable* (positif) bersifat *unfavorable* (negatif). Nilai-nilai yang diberikan dari tiap skala adalah:

Tabel III.2
Bobot Penilaian Skala Likert

Kriteria Jawaban		Skor	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Tidak Setuju	STS	1	6
Tidak Setuju	TS	2	5
Agak Tidak Setuju	ATS	3	4
Agak Setuju	AS	4	3
Setuju	S	5	2
Sangat setuju	SS	6	1

Sumber: Malhotra (2010)

E. Teknik Analisis Data

Tujuan dari metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20 dan *Structural Equation Model* (SEM) dari paket statistik LISREL 8.70 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. 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 hubungan kausalitas di antara variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap, dan akurat.

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Dalam pengujian instrument pengumpulan data, validitas dibedakan menjadi validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor satu

dengan yang lain ada kesamaan. Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor), sedangkan pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item.

Validitas *item* ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total). Bila kita menggunakan lebih dari satu faktor, berarti pengujian validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor faktor, kemudian dilanjutkan mengkorelasikan antara item dengan skor total faktor (penjumlahan dari beberapa faktor). Dari hasil perhitungan korelasi akan di dapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya digunakan uji signifikansi valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Teknik pengujian SPSS sering digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) dan *Corrected Item-Total Correlation*.

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Menurut Malhotra (2010) validitas adalah sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan yang benar antara objek pada karakteristik yang diukur, dibandingkan kesalahan sistematis atau acak. Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2010), validitas adalah tes seberapa baik suatu instrumen yang dikembangkan

mengukur konsep tertentu memang ditujukan untuk mengukur. Hal tersebut akan menjadikan indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik variabel dalam penelitian. Sukmawati dan Soenhadji (2011) Layak atau tidaknya *item* yang digunakan akan ditentukan dengan dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi yaitu 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Saifudin Azwar (2012) mengatakan bahwa pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur seperti dikehendaki oleh tujuan pengukuran tersebut. Untuk menguji validitas dari instrument tersebut dilakukan dengan analisis faktor. Menurut Sekaran dan Bougie (2010), analisis faktor merupakan sebuah teknik multivariat yang menegaskan dimensi konsep yang telah didefinisikan secara operasional, serta yang menunjukkan item yang paling tepat untuk setiap dimensi.

Sedangkan menurut Noerchoidah (2013), reliabilitas adalah sebuah uji yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif sama dan konsisten. Sekaran dan Bougie (2010) berpendapat bahwa reliabilitas merupakan ukuran yang mengindikasikan sejauh mana itu tanpa ada bias (bebas dari kesalahan) dan karenanya menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrumen. Suatu instrument dikatakan reliabel jika instrument tersebut tetap konsisten pada hasil yang relatif sama walau pengukuran tersebut diulang kembali.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Ada beberapa metode pengujian reliabilitas di antaranya metode tes ulang, formula Flanagan, Cronbach's Alpha, metode formula KR – 20, KR – 21, dan metode Anova Hoyt. Metode yang sering digunakan dalam penelitian adalah metode Cronbach's Alpha. Metode ini sangat cocok digunakan pada skor dikotomi (0 dan 1) dan akan menghasilkan perhitungan yang setara dengan menggunakan metode KR-20 dan Anova Hoyt.

Reliabilitas berarti dapat dipercaya, artinya instrumen dapat memberikan hasil yang tepat. Alat ukur instrument dikategorikan reliabel jika menunjukkan konstanta hasil pengukuran dan mempunyai ketetapan hasil pengukuran sehingga terbukti bahwa alat ukur itu benar-benar dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

a. Reliabilitas Skala

Untuk mengukur reliabilitas skala atau kuosioner dapat digunakan rumus Alpha Cronbach.

$$r_{tt} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\sum \delta_t^2} \right] \quad \left| \quad r_{tt} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\sum \delta_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{tt} = koefisien reliabilitas instrument (total tes)

k = banyaknya butir pertanyaan yang sah

$\Sigma\delta^2_b$ = jumlah varian butir

$\Sigma\delta^2_t$ = varian skor total

Perhitungan uji reliabilitas skala diterima, jika hasil perhitungan $r_{hitung} > r_{tabel 5\%}$.

b. Reliabilitas Tes

Untuk mengukur reliabilitas tes menggunakan rumus KR-20. Karena skor tes bersifat dikotomi yaitu untuk jawaban benar diberi skor 1 dan jawaban salah diberi skor 0. Adapun rumus KR-20 adalah sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[\frac{1}{n-1} \right] \left[\frac{s^2 - \sum pq}{s^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas tes

n = banyaknya butir soal yang sah

S = Standar deviasi dari tes

p = proporsi subyek yang menjawab soal dengan benar

q = proporsi subyek yang menjawab soal dengan salah

3. Uji Kesesuaian Model

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

a. *Absolute Fit Indices*

b. *Incremental Fit Indices*

c. *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 uji kesesuaian model pada SEM:

a. *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-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.

b. 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

c. 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 $\leq 3,00$ yang menunjukkan adanya penerimaan dari model.

d. CFI (Comparative Fit Index)

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model (Hair, 2009). 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 $\geq 0,95$.

e. RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)

Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik chi-square dalam sampel yang besar. Menurut Hair *et al.* (2009), Nilai

RMSEA menunjukkan goodness of fit yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model.

f. AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)

AGFI lebih besar atau sama dengan 0,80. Fit index ini dapat di adjust terhadap degree of freedom yang tersedia untuk menguji diterima atau tidaknya model. Tingkat kesesuaian NFI lebih besar atau sama dengan 0

g. PGFI (Parsimonious Goodnes Fit Index)

PGFI (*Parsimonious Goodnes Fit Index*) tingkat kesesuaian yang diharapkan untuk PGFI berkisar antara 0 sampai 1,0.

Tabel III.3
Goodness of Fit Indices

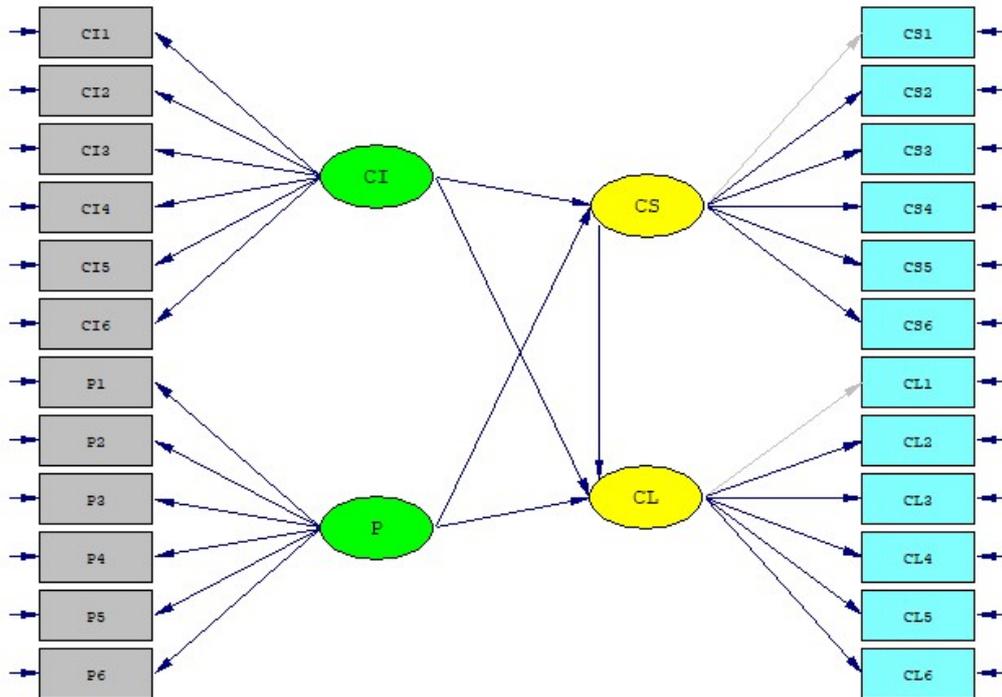
<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
Chi-Square (CMIN)	Diharapkan Kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,95$
AGFI	$\geq 0,80$
PGFI	0 – 1,00

Sumber: Sanusi (2011)

Menurut Hair *et al.* dalam Haryono (2015), penggunaan 4 sd 5 kriteria goodness of fit dianggap sudah memadai untuk menilai kelayakan suatu model, asalkan masing-masing kelompok goodness of fit yaitu absolute fit indices, incremental fit indices dan parsimonious fit indices terwakili.

Adapun diagram konseptual penelitian ini dapat dilihat pada Gambar III.1

Gambar III.1
Diagram Konseptual Full Model



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti (2018)