

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan fungsi-fungsi dari variabel baik variabel terikat maupun variabel bebas. Selain itu, data yang digunakan adalah data empirik dan teoritis yang di dapat melalui penyebaran kuesioner secara acak dan berdasarkan literatur seperti buku dan penelitian sebelumnya.

Dalam metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sujarweni (2014) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara lain dari pengukuran. Desain penelitian yang digunakan yaitu desain eksplorasi (*exploratory design*). Tujuan utama dalam riset eksploratif adalah mendapatkan gambaran utama serta memahami situasi masalah yang dihadapi peneliti. Riset eksploratif digunakan dalam hal ketika anda harus mendefinisikan masalah dengan lebih tepat, mengidentifikasi serangkaian tindakan yang relevan, atau mendapatkan gambaran tambahan sebelum pendekatan dikembangkan.

3.2 Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian

Tempat yang dipilih untuk melakukan penelitian yaitu di wilayah Jakarta. Dikarenakan Jakarta merupakan daerah khusus ibu kota yang merupakan pusatnya lapangan pekerjaan dan terdapat perkantoran – perkantoran sehingga hal ini dapat dijadikan peluang oleh peneliti untuk memudahkan dalam mencari responden

karena di dalam perkantoran tersebut terdapat karyawan yang menjadi objek peneliti. Peneliti memilih karyawan dan mahasiswa sebagai subjek penelitian dikarenakan karyawan itu sendiri sudah memiliki penghasilan tetap. dari penghasilan tersebut dapat dipergunakan atau disalurkan salah satunya yaitu untuk melakukan kegiatan wisata. Sedangkan mahasiswa cenderung memiliki rasa kaingin tahun yang tinggi untuk mengunjungi suatu tempat. Penelitian ini dilakukan periode bulan September - November 2018.

3.3. Penentuan Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah karyawan atau karyawan dan mahasiswa/i di daerah Kuningan, Kasablanka, dan Sudirman Jakarta dengan alasan karena karyawan itu sendiri sudah memiliki penghasilan tetap. dari penghasilan tersebut dapat dipergunakan atau disalurkan salah satunya yaitu untuk melakukan kegiatan wisata. Sedangkan mahasiswa cenderung memiliki rasa kaingin tahun yang tinggi untuk mengunjungi suatu tempat..

3.3.2 Sampel

Sample yaitu sub kelompok dari elemen yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Malhotra, 2009). Teknik sampling pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Malhotra (2009) *a non probability sampling technique that attempts to obtain a sample of convenience element*, yang artinya sebuah teknik ukur dari *non probability*

sampling yang mencoba untuk mendapatkan sample dari unsur kenyamanan. Menurut Sugiyono (2013) *purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

Alasan peneliti menggunakan *purposive sampling* karena pada penelitian ini memerlukan kriteria khusus agar sampel yang diambil nantinya sesuai dengan tujuan penelitian dapat memecahkan permasalahan penelitian serta dapat memberikan nilai yang lebih representatif. Sehingga teknik yang diambil dapat memenuhi tujuan sebenarnya dilakukannya penelitian. Adapun kriteria responden pada penelitian ini yaitu karyawan/ti serta mahasiswa/i daerah Kuningan, Sudirman, dan Kasablanka Jakarta yang belum pernah berkunjung ke tempat wisata Gunung Padang, Cianjur, Jawa Barat.

Dalam menentukan jumlah sample yang dapat diambil dalam SEM menurut Hair, Black, Babin, & Anderson (2010) ada lima pertimbangan yang dibutuhkan, yaitu :

- 1) Normalitas multivariate dari data
- 2) Teknik estimasi
- 3) Kompleksitas model
- 4) Jumlah dari data yang hilang
- 5) Rata-rata error variansi antar indikator

Menurut Hair *et al* (2010) ada beberapa saran yang dapat digunakan untuk pedoman dalam menentukan ukuran sampel dalam analisis SEM, yaitu:

- 1) Ukuran sampel 100-200 dalam 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, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel antara 100-200.
- 4) Jika sampelnya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu.

Tabel III.1
Jumlah Responden Penelitian Terdahulu

Sumber	Tempat Penelitian	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Sampel	Karakteristik Responden	Teknik Analisis Data
Suhud, 2014	Australia	551	Survey Online (<i>Survey Explanatory</i>)		SEM
Astuti, Lipuringtyas, dan Tetty, 2014	Indonesia	268	<i>Convenience Sampling</i>		SEM
Galindo, 2014	Amerika	142	<i>Survey Explanatory</i>	variety of ethnic backgrounds	SEM
Hermansyah, 2012	Indonesia	100	<i>Survey Explanatory</i>		SEM
Pratiyuda	Indonesia	150	<i>Random Sampling</i>		SEM
Kim, 2013	Korea	189	<i>Convenience Sample</i>		SEM

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2018

Maka jumlah sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 responden, berdasarkan teori Hair *et al* pada poin pertama, dan responden dalam penelitian ini karyawan atau karyawan dan mahasiswa/i di wilayah Kuningan, Kasablanka, dan Sudirman dengan alasan karyawan memiliki penghasilan tetap dan mahasiswa cenderung memiliki rasa keingintahuan yang tinggi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Data primer menurut Malhotra (2010) data primer adalah data yang berasal dari

sumber data langsung atau khusus memberikan data kepada pengumpul data untuk mengatasi masalah dalam penelitian. Sedangkan sampel adalah bagian dari elemen populasi yang dipilih untuk dijadikan objek penelitian (Malhotra, 2010). Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang telah peneliti susun untuk keperluan penelitian, yaitu seputar pengaruh variabel nilai, *sensational seeking*, motivasi, dan niat berkunjung pada objek wisata Gunung Padang (*cultural tourism*).

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa target populasi adalah karyawan atau karyawan dan mahasiswa/i di daerah Kuningan, Kasablanka, dan Sudirman. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah karyawan atau karyawan dan mahasiswa/i yang pernah atau memiliki keinginan untuk berkunjung ke Objek Wisata Gunung Padang.

3.4.1 Teknik Penarikan Sampel

- Teknik random sampling (*probability sampling*).

Yaitu pengambilan *sampling* secara acak. Atau teknik pengambilan sampel semua individu dalam populasi, baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama. Semua sampel diberi kesempatan sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pelaksanaan teknik ini dapat berupa:

- a.** Undian
- b.** Ordinal, yaitu dengan memilih nomor-nomor genap atau gasal atau kelipatan tertentu melalui pembuatan daftar yang berisi semua subyek, obyek peristiwa atau kelompok yang akan diselidiki, lengkap dengan nomor urutnya.

- c. Randomisasi dari *tabel bilangan random*. Cara ini menuntun para peneliti untuk memilih anggota sampel dengan langkah menjatuhkan pensil secara sembarang pada petak-petak tabel yang berisi nomor-nomor, hingga diperoleh sebanyak anggota yang dibutuhkan.
- Teknik non random sampling (*non probability sampling*).
Yaitu cara pengambilan sampel yang tidak memberi semua anggota populasi kesempatan untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian-penelitian pendidikan maupun psikologi, adakalanya menggunakan teknik ini, karena mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Misalnya: faktor umur, tingkat kedewasaan, tingkat kecerdasan dan lain-lain..

Sampel dalam penelitian ini dengan instrumen menggunakan skala likert, 6= sangat setuju, 5= setuju, 4= sedikit setuju, 3= sedikit tidak setuju, 2= tidak setuju, 1= sangat tidak setuju. Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*, yakni penarikan sampel yang tidak menggunakan *chance selection procedures*, melainkan bergantung pada penilaian personal dari peneliti (Malhotra, 2010).

3.5 Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Independen

Variabel Independen atau bisa juga disebut variabel eksogen dalam penelitian dengan metode SEM (*Structural Equation Method*) dan dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab timbulnya atau penyebab berubahnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2013).

3.5.1.1 Motivasi (*Motivation*)

a. Definisi konseptual

Motivasi adalah pendekatan psikologis dan sosiologis, dimana definisi motivasi tersebut dipahami sebagai motif emosional dan kognitif yang mendorong dan menarik atau motif pendorong (*intrinsic*) dan penarik (*extrinsic*) untuk melakukan perjalanan wisata baik secara individu maupun secara kelompok

b. Definisi operasional

Motivasi (*motivation*) merupakan pendekatan secara psikologis dan sosiologis, yang dapat mendorong dengan dorongan perasaan, gairah dan insting yang berasal dari dalam diri seseorang dalam melakukan *volunteer tourism* yang dapat dilakukan secara individu maupun secara kelompok.

Tabel III.2
Dimensi dan Indikator Motivasi

Konsep	Dimensi	Indikator	Sumber
Motivasi	Fisiologis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata Gunung Padang memungkinkan saya untuk beristirahat dengan baik dan menjadi <i>relax</i> 2. Wisata Gunung Padang membuat pikiran menjadi <i>fresh</i> kembali 3. Saya akan merasa nyaman untuk tinggal dan menikmati pemandangan yang ada di Gunung Padang 4. Saya dapat menikmati makanan khas daerah setempat 5. Wisata Gunung Padang memungkinkan saya melepaskan diri dari tuntutan hidup yang biasa 6. Wisata Gunung Padang memungkinkan saya untuk jauh dari rutinitas sehari-hari 7. Wisata Gunung Padang memungkinkan saya untuk keluar dari tekanan sehari-hari 	Menurut Maslow (2008)

		8. Dengan terlibat dengan kegiatan wisata Gunung Padang saya tidak akan merasa kesepian
	Keamanan	9. Saya merasa <i>cultural tourism</i> tidak melukai saya 10. <i>Cultural Tourism</i> jauh dari bahaya yang dapat mengancam keselamatan saya 11. Wisata Gunung Padang memiliki tim keamanan yang akan selalu membantu saya ketika saya kesulitan atau mengalami suatu kendala
	<i>Social Interaction</i>	12. Saya akan banyak melakukan kontak dengan orang lain ketika mengunjungi tempat Wisata Gunung Padang 13. Wisata Gunung Padang akan memperluas jaringan saya dengan orang lain kedepannya 14. Kesempatan bersosialisasi yang tercipta dari <i>cultural tourism</i> adalah penting bagi saya 15. <i>Cultural tourism</i> akan memberikan saya kesempatan untuk memiliki teman-teman baru 16. <i>Cultural Tourism</i> akan menjadi pengalaman yang menyenangkan bagi saya
	Harga Diri	17. Saya dapat aktif dan bergabung dengan wisatawan lain di <i>Cultural Tourism</i> 18. <i>Cultural tourism</i> akan memungkinkan saya membantu masyarakat/komunitas 19. Saya merasa sangat dihargai oleh komunitas/masyarakat sekitar wilayah tempat wisata Gunung Padang
	Aktualisasi Diri	20. <i>Cultural tourism</i> membuat saya memanfaatkan waktu dengan baik 21. Wisata Gunung Padang memungkinkan saya untuk membantu orang lain 22. <i>Cultural tourism</i> membuat saya merasa bahagia

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2018

3.5.1.2 Sensational Seeking

a. Definisi konseptual

Sensation seeking adalah ciri kepribadian yang didefinisikan oleh pencarian pengalaman dan perasaan, yang bervariasi, baru, kompleks dan

intens dan dengan kesiapan untuk mengambil segala jenis resiko baik resiko fisik, sosial, hukum, dan finansial demi sebuah pengalaman yang akan didapatkan tersebut.

b. Definisi operasional

Sensation seeking adalah keinginan untuk melakukan kegiatan dengan tujuan untuk mendapatkan kegairahan dan meningkatkan rangsangan yang optimal dan akan cenderung mencari stimulus baru dan luar biasa, dan mungkin saja berbahaya bagi orang lain karena akan menimbulkan kecemasan dan perasaan yang tidak menyenangkan.

Tabel III.3
Dimensi dan Indikator *Sensation Seeking*

Konsep	Dimensi	Indikator	Sumber
<i>Sensational Seeking</i>	<i>Thrill and Adventure Seeking</i>	1. Saya akan senang untuk memiliki pengalaman baru dan menarik, bahkan jika mereka adalah ilegal 2. Saya suka melakukan kegiatan yang menyenangkan dan ekstrim meskipun berbahaya bagi diri sendiri	Menurut Zuckerman (2014)
	<i>Experience Seeking</i>	3. Saya suka mengunjungi tempat-tempat aneh 4. Saya gelisah ketika saya menghabiskan terlalu banyak waktu di rumah	
	<i>Disinhibition</i>	5. Saya suka pesta bersama teman-teman ataupun dengan orang yang belum pernah saya temui sebelumnya 6. Saya suka melakukan hal-hal yang menegangkan 7. Saya suka melakukan hal-hal yang menakutkan	
	<i>Boredom Susceptibility</i>	8. Saya ingin mengambil cuti kerja dan melakukan perjalanan tanpa rute yang telah direncanakan sebelumnya 9. Saya lebih suka teman-teman yang spontan dan tak teduga	

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2018

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau dalam penelitian metode SEM disebut juga variabel endogen dan dalam bahasa Indonesianya disebut juga variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel independen/bebas (Sugiyono, 2013).

3.5.2.1 Niat (*Intention*)

a. Definisi konseptual

Niat (*intention*) sebagai sebuah rencana untuk terlibat dalam suatu perilaku khusus guna mencapai tujuan. Niat juga dapat dikatatakan motivasi individu yang berfrekuensi untuk merencanakan dengan keadaan sadar dalam membuat keputusan untuk ikut berpartisipasi pada aktivitas fisik.

b. Definisi operasional

Niat adalah sebuah keinginan yang akan menimbulkan suatu perilaku pada dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan dengan mencapai satu tujuan dalam melakukan kegiatan *Cultural Tourism*.

Tabel III. 4
Dimensi dan Indikator Niat

Konsep	Dimensi	Indikator	Sumber
Niat	<i>The time at which the behavior is to be performed</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niat untuk terlibat dalam <i>cultural tourism</i> dalam 1 tahun 2. Niat untuk terlibat dalam <i>cultural tourism</i> dalam 3 tahun 3. Niat untuk terlibat dalam <i>cultural tourism</i> dalam 5 tahun 	Menurut Fishbein & Ajzen (2012)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2018

3.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran skala Likert atau disebut juga *summated rating scale*. Menurut Sanusi (2013) skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pertanyaan berkaitan dengan indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pertanyaan yang tercantum pada kuesioner, di dalam kuesioner tersebut terdapat bobot penilaian. Dapat dilihat pada tabel III.5 sebagai berikut :

Tabel III.5
Bobot Penilaian Kuesioner

Pilihan Jawaban		Bobot Skor
Sangat Setuju	STS	1
Setuju	S	2
Sedikit Setuju	SDS	3
Sedikit Tidak Setuju	SDTS	4
Tidak Setuju	TS	5
Sangat Tidak Setuju	STS	6

Sumber: Simamora, 2008

Skala ukur tersebut pada umumnya bersebelahan dengan pertanyaan atau pernyataan didalam sebuah kuesioner, dengan tujuan agar para responden lebih mudah untuk memberikan pilihan jawaban sesuai dengan pertimbangan responden tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert genap dengan skor penilaian 6 bertujuan supaya jawaban yang dipilih akan lebih spesifik dan supaya tidak ada jawaban tengah atau netral. Menurut Prof. Sukardi (2015) skala likert

genap bertujuan untuk mengatasi adanya kecenderungan seseorang atau responden dalam memberikan jawaban netral pada kuesioner.

3.7 Teknik Analisis Data

Di dalam teknik analisis data yaitu mendeskripsikan analisis yang akan dilakukan oleh peneliti untuk menganalisis data-data yang sudah dikumpulkan. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak atau *software* SEM (*structural Equation Model*) dari paket statistic AMOS versi 22 untuk mengolah dan menganalisis data hasil dari penelitian.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2010) validitas adalah *instrument* dalam kuesioner yang dapat digunakan dalam mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis, sehingga indikator tersebut memiliki karakteristik dari variabel yang digunakan. Tujuan dari uji validitas yaitu untuk mengukur valid atau tidaknya butir pertanyaan dari kuesioner penelitian.

3.7.2 Exploratory Factor Analysis (EFA) dan Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Penelitian ini menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Menurut Hair *et al* (2010) EFA bisa sangat berguna dan kuat untuk teknik statistika multivariate, yang secara efektif mendapatkan informasi dari data yang benar dan saling terkait. Tujuan utama dari EFA adalah untuk menentukan struktur dasar antara variabel dalam analisis. EFA berfungsi sebagai penunjuk faktor yang dapat menjelaskan korelasi antara variabel. Dari setiap variabel memiliki nilai *factor loading* yang mewakilinya.

Menurut Hair *et al*, nilai *factor loading* dalam EFA dapat ditentukan berdasarkan jumlah sample dalam penelitian. Validitas konvergen di dalam EFA tercapai apabila indikator-indikator dari sebuah variabel tertentu mengelompokam pada satu komponen dengan nilai *factor loading* sebesar batasan yang telah ditentukan berdasarkan jumlah sample di dalam penelitian.

Peneliti menyajikan nilai *factor loading* pada EFA berdasarkan jumlah sample dalam penelitian pada tabel III.6

Tabel III.6
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*

Confirmatory Factor Analysis (CFA) pada SEM yang digunakan untuk mengkonfirmasi indikator-indikator yang paling dominan dalam suatu konstruk (Sugiyono, 2013).

3.7.3 Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas, peneliti harus mempertimbangkan kendala pengukuran, oleh sebab itu peneliti melakukan uji realibilitas. Menurut Hair *et al* (2010) *reliability is the degree to which the observed variable measures the “true” value and is “error free”, this is the opposite of measurement error.* (uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui sejauh mana variabel yang diamati mengukur nilai

“benar” dan “bebas dari kesalahan”, uji reliabilitas adalah kebaikan dari *measurement error*. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui dan memastikan bahwa tanggapan responden tidak terlalu bervariasi sepanjang periode waktu sehingga pengukuran yang diambil pada suatu titik waktu dapat diandalkan. Menurut Priyanto (2010) reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0.60. pada penelitian ini, perhitungam reliabilitas dalam menggunakan rumus alpha :

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

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

σ_b^2 = jumlah varians butir

K = banyaknya butir pertanyaan

σ^2 = jumlah varian total

3.7.4 Structural Equation Modeling (SEM)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan SEM *structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Sugiyono (2013), pemodelan persamaan struktural (SEM) dapat dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*), dan analisis jalur (*path analysis*). Di dalam SEM dapat dilakukan tiga macam kegiatan secara serentak, yaitu:

- 1) Pengecekan validitas dan reliabilitas instrument (berkaitan dengan analisis faktor konfirmatori).

- 2) Pengujian model hubungan antar variabel (berkaitan dengan analisis jalur)
- 3) Kegiatan untuk mendapatkan suatu model yang cocok untuk prediksi (berkaitan dengan analisis regresi atau analisis model struktural).

Menurut Hair *et al* (2010) 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. Hal ini lebih spesifik untuk ukuran perbandingan dalam model yang diajukan dengan model lainnya disebut dengan *Incremental fit indeces*. Untuk melakukan adjustment terhadap pengukuran fit dapat diperbandingkan antar model penelitian yaitu disebut dengan *Parsimony fit indices*.

Menurut Sanusi (2013), indeks-indeks uji kesesuaian model pada SEM, yaitu sebagai berikut :

- 1) *Chi –square*

Chi-square merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur *overall fit*. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai chi-square diharapkan menerima hipotesis nol dengan signifikan *probability* $\geq 0,05$.

2) GFI (*Goodness of fit index*)

Indeks ini menghitung proporsi dari varians dalam matriks kovarians sample. Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan fit yang lebih baik, terestimasikan dengan rentang nilai antara nol hingga satu. Semakin mendekati satu nilai GFI($\geq 0,90$) maka semakin baik model tersebut.

3) *CMIN/DF*

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

4) TLI (Truck Lewis Index)

Nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar $\geq 0,95$ dan nilai yang mendekati 0,1 menunjukkan very good fit.

5) CFI (comrative Fit Index)

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran CFI berada pada rentang 0-1, dimana nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar $\geq 0,95$, semakin mendekati satu menunjukkan a very good fit.

6) RMSE (The Root Mean Square Error of Approximation)

Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistic *chi-square* dalam sample yang besar. Nilai RMSEA $\leq 0,08$ merupakan indeks untuk menyatakan model dapat diterima.

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

Kriteria AGFI merupakan penyesuaian dari GFI terhadap degree of freedom, nilai AGFI $\geq 0,90$ direkomendasi bagi di terimannya model.

Indeks-indeks diatas merupakan untuk Untuk menguji kelayakan sebuah model, seperti yang peneliti sajikan dalam rangkuman di dalam tabel III.8 sebagai berikut:

Tabel III.7
Goodness Of Fit Indeces

Goodness of Fit Indices	Cut-off Value
Chi square	Diharapkan kecil
Significan probabilitas	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
RMSEA	$\geq 0,80$
GFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$
AGFI	$\geq 0,90$

Sumber: Sanusi, 2013

3.7.5 Uji Hipotesis

Setelah membentuk sebuah *fit model* maka akan dianalisis apakah model tersebut memiliki kriteria tertentu yang dapat memberikan hasil sesuai hipotesis penelitian ini yaitu, *t-values* pada kolom C.R. (*Critical Ratio*) dan *p-value* pada kolom P menunjukkan perhitungan signifikan (P= *** yang berarti *p-value* mendekati angka 0) C.R $>1,96$ (dikatakan 2) atau *p-value* $<0,05$ mengindikasikan perhitungan signifikan pada level 0,05 (Smith, 2012, p. 615). Smith (2012) mengintepretasi *standardize total effect*:

- a. *Effects* $< 0,2$: Lemah
- b. *Effects* 0,2-0,3 : Efek ringan
- c. *Effects* 0,3-0,5 : Cukup kuat
- d. *Effects* 0,5-0,8 : Kuat
- e. *Effects* $>0,80$: Sangat kuat