

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Tempat, Waktu dan Objek Penelitian**

Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti memilih Miniso yang terletak di Jakarta dikarenakan gerai Miniso telah banyak tersebar di pusat perbelanjaan kota Jakarta sehingga mudah ditemukan, dan aksesnya mudah untuk dijangkau, selain itu belum pernah ada penelitian yang dilakukan pada objek Miniso sebelumnya. Waktu penelitian dilakukan dalam periode bulan April - Desember 2018.

#### **3.2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Malhotra (2010) yaitu metodologi penelitian untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei, yaitu penyebaran kuesioner yang telah terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik.

Sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah jenis kausal dan deskriptif. Menurut Zikmund dan Babin, penelitian kausal adalah Riset yang bertujuan mengidentifikasi hubungan sebab-akibat untuk menunjukkan bahwa suatu kejadian/hal sebenarnya menyebabkan atau memicu terjadinya

kejadian lain. Sedangkan desain penelitian deskriptif menurut Malhotra (2010) adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat. Yang mana pada penelitian ini variabel-variabel yang akan dilihat hubungannya adalah kualitas produk, kualitas layanan mempengaruhi niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan.

### **3.3. Populasi dan Sampling**

#### **3.3.1. Populasi**

Burns dan Bush menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan kelompok dalam sebuah studi seperti yang dispesifikkan dalam tujuan penelitian. Sedangkan menurut Malhotra (2010), populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Pada penelitian ini, populasi yang ingin diteliti adalah *infinite* sebab peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah pengunjung Miniso Jakarta.

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel menurut Hair *et.al.* (2010) adalah pilihan sejumlah kecil elemen dari kelompok yang lebih besar dan berharap bahwa kelompok kecil ini dapat memberikan penilaian terhadap kelompok yang lebih besar. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Menurut Malhotra (2010),

*Non-probability sampling* adalah teknik penelitian sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atas anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2009), *purposive sampling* adalah sebuah teknik yang memungkinkan peneliti mendapatkan informasi dari mereka yang paling siap serta memenuhi beberapa kriteria dalam memberikan informasi.

Alasan peneliti menggunakan *purposive sampling* yaitu untuk mendapatkan sampel yang dapat memenuhi kriteria dan mewakili tujuan dari penelitian yang akan dilakukan. Batasan dalam metode *purposive sampling* ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian minimal dua kali di gerai Miniso daerah Jakarta.

Untuk menghitung hasil menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Model*) terdapat jumlah minimum sampel yang dibutuhkan, menurut Hair et.al. (2010), terdapat beberapa saran dalam menentukan besaran dari sampel yang dibutuhkan dalam analisis SEM sebagai berikut:

1. Ukuran sampel 100–200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood* (ML).
2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi.  
Pedomannya adalah 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.

3. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100 – 200.
4. Jika sampelnya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu.

**Tabel III.1**  
**Tinjauan Penelitian Terdahulu**

<b>Tinjauan Penelitian Terdahulu Penulis dan Tahun</b>	<b>Jumlah Sampel</b>	<b>Teknik Pemilihan Sampel</b>	<b>Tempat Penelitian</b>	<b>Teknik Analisis Data</b>
N. Udaya Bhaskar and B.Raja Shekhar, 2011	250	<i>Systematic sampling</i>	India	SPSS 17.0
T. Vanniarajan1 and P. Gurunathan, 2009	300		India	SERVQUAL dan SERVPERF, <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .
J. Beneke, C. Hayworth, R. Hobson, and Z. Mia, 2012	307	<i>Non-probability sampling</i>	Afrika Selatan	<i>Partial Least Square (PLS)</i> dan <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>
Miswanto, Yessi Ria Angelia, 2017	200	<i>Purposive sampling</i>	Indonesia	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dan AMOS
Muhammad Azis Nirwana, Patricia Dhiana Paramita, ,Heru Sri Wulan, 2016	360	<i>Simple random sampling</i>	Indonesia	<i>Multiple Regression Analysis</i>
Dr. Pankaj Kumar, 2016	600	<i>Systematic Stratified Sampling</i>	India	<i>Multiple Regression Analysis</i>
Shekoufeh Ghezelbash, 2017	300	<i>Appropriate Sampling</i>	Iran	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> dan LISREL

Osman M. Zain and Mohammed Bashir Saidu, 2016	206	<i>Systematic Random Sampling</i>	Malaysia	SPSS versi 21.0 dan AMOS
Shaharudin Jakpar and Anita Johari, 2012	264	<i>Non-Probability Sampling</i>	Malaysia	Pearson' s Correlation analysis
Ramnath Srinath, 2015	395	<i>Probability Sampling</i>	Thailand	SPSS
Basrah Saidani dan Samsul Arifin, 2012	160	<i>Non-Probability Sampling</i>	Indonesia	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dan LISREL 8.80

**Sumber: Data diolah Peneliti (2018)**

Untuk jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini peneliti menggunakan perhitungan dari teori Hair et.al. nomor tiga yaitu, jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Indikator pada penelitian ini adalah sebanyak 45 buah, jika dikalikan dengan 5 maka:

$\text{Total indikator} \times 5 = \text{Total sampel yang digunakan}$ $45 \text{ indikator} \times 5 = 225 \text{ sampel/responden}$
---

Sesuai perhitungan diatas dan referensi dari tinjauan penelitian terdahulu, kuesioner penelitian akan dibagikan kepada 225 orang sebagai sampel yang mewakili. Kategori responden yang sesuai untuk penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli produk dan mengunjungi gerai Miniso di minimal dua kali.

### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang berasal dari sumber data yang langsung atau khusus memberikan data kepada pengumpul data untuk mengatasi masalah penelitian Malhotra (2010). Data ini didapat dari sumber pertama sebagai contoh hasil dari pengisian kuesioner oleh responden.

### **3.5. Operasional Variabel Penelitian**

#### **3.5.1. Variabel Dependen**

Menurut Malhotra (2010), variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat beli ulang ( $Z$ ), dimana niat beli ulang akan ditentukan oleh kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

#### **3.5.2. Variabel Independen**

Menurut Malhotra (2010), 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 pada penelitian ini antara lain kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ).

### 3.5.3. Variabel Intervening

Variabel intervening menurut Sekaran dan Bougie (2009) adalah variabel yang mengemukakan antara waktu variabel bebas mulai bekerja mempengaruhi variabel terikat, dan waktu variabel bebas terasa pada variabel terikat. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

**Tabel III.2**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator Adaptasi	Sumber
<b>Kualitas Produk (X1)</b> adalah kemampuan sebuah produk menunjukkan fungsinya, termasuk keseluruhan daya tahan, keandalan, presisi, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta atribut nilai lainnya.	Kinerja	1. Produk yang dijual oleh Miniso dalam kondisi baik (tanpa cacat)	Mullins <i>et al.</i> dalam Saidani dan Arifin (2012)
		2. Produk yang dijual Miniso menggunakan bahan berkualitas baik	
	Daya Tahan	3. Produk yang dijual Miniso tidak mudah rusak	
		4. Daya tahan produk yang saya beli di Miniso dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama	
	Kesesuaian dengan spesifikasi	5. Produk yang saya beli di Miniso memiliki atribut yang lengkap, sesuai spesifikasi pada kemasan	
		6. Produk yang saya beli di Miniso sesuai dengan yang ditampilkan pada <i>display</i> / foto	
	Fitur	7. Produk yang dijual Miniso memiliki fitur yang inovatif	
		8. Produk Miniso memiliki fitur yang beragam untuk melengkapi kebutuhan konsumen	

	Keandalan	9. Produk Miniso merupakan produk yang mudah untuk diperbaiki	
		10. Produk yang dijual Miniso merupakan andalan saya	
	Estetika	11. Produk Miniso memiliki pilihan warna yang terlihat menarik	
		12. Produk yang dijual Miniso memiliki desain yang berbeda dengan produk sejenisnya	
	Kualitas yang dirasakan	13. Menurut persepsi saya, Produk yang dijual Miniso memiliki reputasi yang baik	
		14. Produk yang dijual Miniso sesuai dengan harapan saya	
<b>Kualitas Layanan (X2)</b> adalah penilaian yang dirasakan, yang dihasilkan dari proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan harapan mereka dengan layanan yang mereka anggap telah diterima.	Bukti Fisik	15. Tata letak produk di gerai Miniso memungkinkan saya untuk menemukan produk yang saya butuhkan dengan mudah.	Beneke <i>et al.</i> (2012)
		16. Karyawan Miniso berpenampilan rapi dan profesional	
		17. Gerai Miniso selalu menjaga kebersihan tokonya.	
	Keandalan	18. Antrian di gerai Miniso tidak memakan waktu yang lama	Beneke <i>et al.</i> (2012)
		19. Miniso memberikan informasi yang benar dan terkini tentang promosi penjualan	
		20. Karyawan Miniso dapat diandalkan dalam memberikan layanan yang saya harapkan	Kumar (2016)
	Ketanggapan	21. Karyawan Miniso responsif untuk menjawab pertanyaan pelanggan	Angelia dan Miswanto (2017)



		22. Karyawan Miniso responsive untuk melayani pelanggan	
		23. Karyawan Miniso responsif menanggapi keluhan pelanggan	
		24. Karyawan Miniso sudah bertanggung jawab menyediakan uang kembalian yang sesuai untuk pelanggannya	
	Jaminan	25. Miniso menyediakan karyawan yang banyak di tokonya untuk membantu pelanggan	Angelia dan Miswanto (2017)
		26. Karyawan di Miniso ramah dan sopan kepada pelanggan	
		27. Saya merasa aman saat berbelanja di Miniso	Beneke <i>et al.</i> (2012)
		28. Kebijakan pengembalian barang yang rusak setelah tiga hari dari pembelian di Miniso dilakukan dengan baik	
	Empati	29. Karyawan Miniso memberikan perhatian pada tiap pelanggannya	Angelia dan Miswanto (2017)
		30. Miniso memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam menyampaikan keluhan dan saran.	
		31. Karyawan Miniso berinisiatif untuk menawarkan bantuan kepada pelanggan	
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b> adalah perbandingan antara layanan dan juga kinerja produk dengan harapan yang diperkirakan	Atribut yang berhubungan dengan produk	32. Saya puas dengan produk yang saya beli di Miniso	Dutka dalam Saidani dan Arifin (2012)
		33. Produk yang dijual Miniso memenuhi harapan saya	
	Atribut yang berhubungan dengan layanan	34. Pelayanan oleh karyawan Miniso sesuai dengan yang saya butuhkan	

sebelumnya oleh pelanggan.		35. Pengalaman saya berbelanja di Miniso membuat saya bahagia	
	Atribut yang berhubungan dengan pembayaran	36. Kemudahan pembayaran di Miniso membuat saya puas	
		37. Harga produk Miniso sesuai dengan kualitas yang saya dapatkan	
<b>Niat beli ulang (Z)</b> adalah suatu komitmen yang muncul untuk melakukan pembelian kembali barang dan layanan tertentu dari sebuah toko. Terutama karena pengalaman yang memuaskan setelah pembelian.	Minat Transaksional	38. Saya berniat untuk kembali ke Miniso untuk berbelanja dalam waktu dekat	Ferdinand dalam Saidani dan Arifin (2012)
		39. Setiap mengunjungi mall , saya berniat akan mengunjungi gerai Miniso	
	Minat Referensial	40. Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain setelah berbelanja di Miniso	
		41. Saya berminat untuk membuat atau menulis <i>review</i> mengenai pengalaman saya berbelanja di Miniso di akun media sosial/blog pribadi saya.	
	Minat Preferensial	42. Saya akan berbelanja di Miniso ketika saya membutuhkan suatu produk.	
		43. Saya lebih memilih berbelanja di Miniso daripada toko sejenis dari <i>brand</i> lain	
	Minat Eksploratif	44. Saya ingin mengetahui informasi terbaru dari Miniso setelah berbelanja disana	
		45. Saya tidak ingin ketinggalan informasi terbaru dari Miniso	

Sumber: Data diolah peneliti (2018)

### 3.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Malhotra (2010), skala pengukuran Likert yaitu skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara sangat setuju hingga sangat tidak setuju yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Untuk penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan skala Likert genap menurut Sukardi (2015) yaitu dengan menggunakan kategori genap, misalnya empat pilihan, enam pilihan, atau delapan pilihan. Kali ini yang digunakan yaitu skala Likert enam pilihan, dengan tujuan agar jawaban responden dapat dideskripsikan dengan lebih jelas, serta menghilangkan pilihan netral/ragu-ragu yang dapat membuat hasil data menjadi tidak pasti. Adapun nilai-nilai dari tiap skala tersebut adalah:

**Tabel III.3**  
**Pengukuran Skala Likert**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Skor</b>	<b>Kode</b>
Sangat Tidak Setuju	1	<b>STS</b>
Tidak Setuju	2	<b>TS</b>
Agak Tidak Setuju	3	<b>ATS</b>
Agak Setuju	4	<b>AS</b>
Setuju	5	<b>S</b>
Sangat Setuju	6	<b>SS</b>

**Sumber: Sukardi (2015)**

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data bertujuan untuk untuk menginterpretasikan kemudian menarik kesimpulan dari data-data yang telah terkumpul. Untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian, Peneliti menggunakan *software* SPSS versi 22 dan SEM yang terdapat pada *software* Lisrel versi 8.8. Penggunaan SEM dipilih sebab dinilai lebih akurat, dimana kita tidak hanya dapat mengetahui hubungan kausalitas antar variabel atau konstruk, lebih dari itu kita dapat mengetahui komponen-komponen pembentuk variabel atau konstruk tersebut dan mengetahui besarnya.

#### **3.7.1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan setiap jawaban responden berdasarkan kuesioner yang telah dibuat peneliti. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain berupa penyajian melalui tabel atau grafik. Perhitungan data dengan menggunakan frekuensi serta presentase.

#### **3.7.2. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas digunakan dalam penelitian ini untuk memvalidasi kelayakan pertanyaan-pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel yang diuji. Menurut Malhotra (2010), validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam

penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan uji Pearson. Nilai Pearson akan dianggap valid jika nilai  $r$ -hitung lebih besar dari  $r$ -tabel. Maka pernyataan dianggap valid. Dan begitu juga sebaliknya, apabila nilai  $r$ -hitung lebih kecil dari  $r$ -tabel maka tidak valid.

Sedangkan reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuesioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Sekaran dan Bougie (2009) 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. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila instrumen-instrumen yang ada tetap konsisten atau stabil pada hasil yang relatif sama meskipun pengukuran tersebut diulang kembali. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0.6. Reliabilitas kurang dari 0.6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima dan 0.8 dapat dikatakan baik.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* menunjukkan seberapa baik *item-item* yang ada saling berkorelasi secara positif satu sama lain.

Rumus reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha* adalah:

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

Dimana:

$r_{11}$  : reliabilitas instrumen

$\sigma b^2$  : jumlah varians butir

$k$  : banyaknya butir pertanyaan

$\sigma \tau^2$  : jumlah varians total

### 3.7.3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Menurut Alrasyid yang dikutip oleh Sanusi (2011), analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas dengan seperangkat variabel terikat. Dalam analisis jalur, hubungan kausalitas yang menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel dapat diukur besarnya. Beberapa asumsi perlu diperhatikan dalam analisis jalur, antara lain:

1. Hubungan antar variabel harus linear dan aditif.
2. Semua variabel residu tidak mempunyai korelasi satu sama lain
3. Pola hubungan antar variabel adalah rekursif
4. Skala pengukuran semua variabel minimal interval

### 3.7.4. Kesesuaian Model

Beberapa langkah untuk menguji apakah model SEM layak atau tidak. Pertama, adalah dengan menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak bisa terjadi pada bagian model struktural atau pada model pengukuran. Langkah berikutnya adalah melakukan uji kecocokan berdasarkan *fit indices*. *Fit Indices* pada SEM terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. *Absolute Fit Measure*.
2. *Incremental Fit Measures*
3. *Parsimonious Fit Measures*

*Absolute Fit Measures* merupakan ukuran kecocokan yang menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian. Alat ukur pada *Absolute Fit Measures* yaitu :

1. Uji *Chi Square* merupakan ukuran untuk mengevaluasi *fit*-nya model secara keseluruhan dan menilai besarnya perbedaan antara sampel dan matriks kovarians. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai chi-square rendah. Semakin kecil nilai nya, maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas (*p-value*) sebesar  $p > 0,05$ . Model dikatakan *perfect fit* apabila nilai chi-squarenya nol atau dengan nilai ideal sebesar  $< 3$ .

2. *Goodness of Fit Index* (GFI) menunjukkan tingkat ketepatan suatu model dalam menghasilkan matriks kovarian yang teramati. Model dianggap fit apabila nilai  $GFI \geq 0,9$
3. *Root Mean Square Residual* (RMR) adalah rata-rata residual antara matriks kovarians /korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Model dianggap *good fit* apabila nilainya  $RMR < 0,05$ ).
4. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Suatu model dikatakan *close fit* apabila memiliki nilai  $RMSEA \leq 0,05$  dan suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai  $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ .

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

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



2. *Tucker Lewis Index* (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 *marginal fit* apabila memiliki nilai  $TLI (0,8 \leq TLI \leq 0,9)$ .
3. *Comparative Fit Index* (CFI), merupakan bentuk revisi dari NFI yang memperhitungkan ukuran sampel yang dapat menguji dengan baik, bahkan ketika ukuran sampel kecil. Nilai CFI berkisar di antara 0 sampai 1. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ( $CFI \geq 0,9$ ) dan dikatakan *marginal fit* apabila ( $0,8 \leq CFI \leq 0,9$ ).

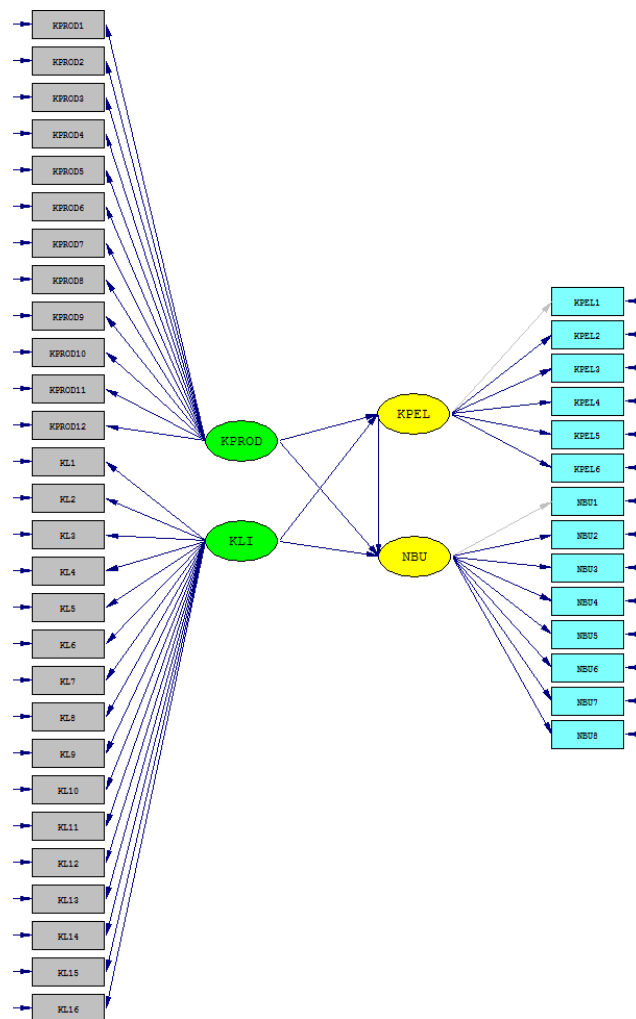
**Tabel III.4**  
***Goodness of Fit Indices***

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

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

### 3.7.5. Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis hubungan antara variabel dilihat pada nilai *standardized total effects* dimana hasil dari analisis data akan mengetahui sebesar apa pengaruh atau hubungan antar variabel. Kriteria pengujian memperhatikan *t-values* antar variabel yang dibandingkan dengan nilai kritisnya ( $t_{tabel}$ ). Nilai kritis untuk ukuran sampel besar ( $n > 30$ ) dengan taraf  $\alpha = 0.05$  yaitu sebesar 1.96. Hubungan variabel dengan *t-values*  $> 1.96$  dikatakan signifikan.



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