

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Tempat yang dipilih dalam penelitian ini adalah pemakaman Raja-raja Imogiri, Bantul Yogyakarta. Tempat ini dipilih karena ketertarikan peneliti pada pemakaman Raja-raja Imogiri karena merupakan salah satu wisata budaya. Namun hal itu, terdapat masalah pada tempat wisata pemakaman Raja-raja Imogiri salah satunya yaitu jumlah kunjungan yang setiap tahunnya semakin berkurang dilihat dari statistik kota Jogja, dan juga infrastruktur pada pemakaman Raja Imogiri tersebut.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan, terhitung mulai dari bulan April sampai dengan Juli 2019. Waktu tersebut digunakan karena disesuaikan dengan waktu yang dimiliki peneliti dalam membuat penelitian ini.

B. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode

penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

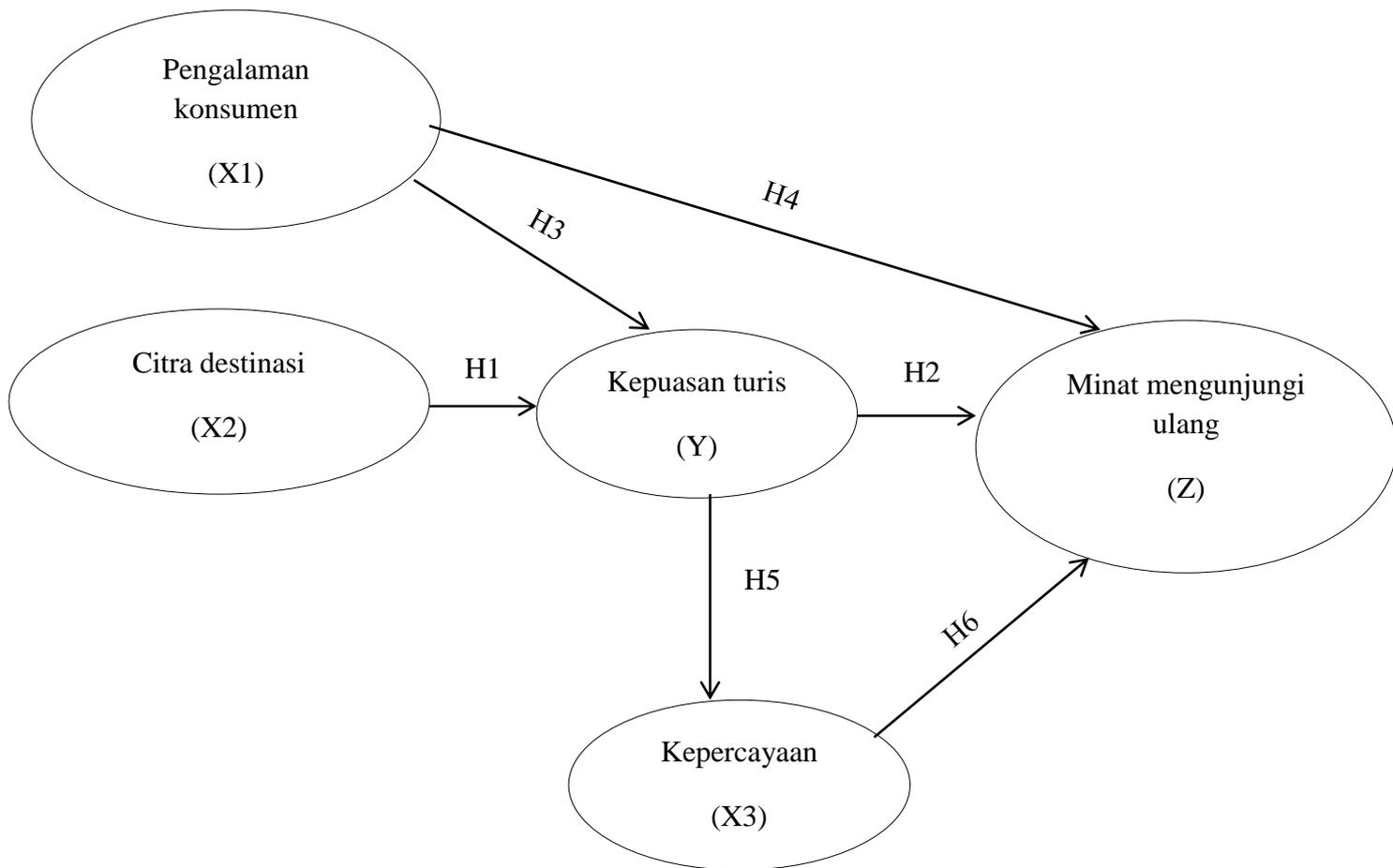
Desain yang digunakan penelitian adalah deskriptif dan Kausal. Menurut Malthotra (2009), riset deskriptif adalah suatu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan suatu karakteristik. Sedangkan, riset kausal bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi yaitu untuk memperoleh deskripsi dari variabel Citra Destinasi (*Destination Image*), Kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*), Pengalaman Konsumen (*Customer Experience*), Kepercayaan (*Trust*), dan Minat Berkunjung kembali (*Revisit Intention*). Sedangkan, penelitian kasual bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi (*Destination Image*), Kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*), Pengalaman Konsumen (*Customer Experience*), Kepercayaan (*Trust*), dan Minat Berkunjung kembali (*Revisit Intention*). Pada penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode survey dengan menggunakan survey instrument berupa kuesioner. Menurut Malhotra (2009), metode survey adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang

untuk mendapatkan informasi yang spesifik. Alasan peneliti menggunakan penelitian survey adalah untuk mengetahui seberapa penting pengaruh Citra Destinasi (*Destination Image*), Kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*), Pengalaman Konsumen (*Customer Experience*), Kepercayaan (*Trust*), dan Minat Berkunjung kembali (*Revisit Intention*) ke pemakaman Raja-raja Imogiri.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara X1 (Pengalaman Konsumen), X2 (Citra Destinasi), X3 (Kepercayaan), Y (Kepuasan Wisatawan), Z (Minat Mengunjungi Ulang) dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar III. 1 Model Variabel

sumber : Diolah oleh peneliti (2019)

C. Populasi dan Sampling

1) Populasi

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah mengunjungi minimal 1x dalam waktu 6 bulan terakhir ke pemakaman Imogiri, Bantul Yogyakarta.

2) Sampel

Menurut Malhotra (2009) menyatakan bahwa sampel adalah sekelompok elemen yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi.

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2009:85) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dengan alasan kemudahan peneliti dalam mencari responden yang sudah pernah mengunjungi pemakaman Imogiri.

Menurut Hair, Black, dan Babin (2010), terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan ukuran sampel dalam analisis *structural equation modeling* (SEM), yaitu :

1. Ukuran sampel 100-200 untuk teknik *estimasi maximal 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.

Maka pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini akan disesuaikan berdasarkan teori Hair et. al (2010) 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 100-300 sehingga peneliti akan menggunakan sampel yaitu dengan jumlah 200 sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Menurut Anwar Sanusi (2011), bahwa data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer peneliti didapatkan dari pengisian kuesioner oleh responden. Menurut sugiyono (2015), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Menurut Malhotra (2009) data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data sekunder yang peneliti dapatkan berasal dari data administrasi Badan Statistika Pariwisata Jogjakarta dan beberapa portal berita serta situs lainnya yang digunakan dalam pencarian refrensi teori maupun jurnal.

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode survey dan metode observasi pada objek wisata pemakaman Imogiri. Menurut Malhotra (2009) metode survey adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan pada kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Tujuannya untuk memperoleh informasi berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan ke responden. Sedangkan, menurut Malhotra (2009) metode observasi adalah perekam pola perilaku orang, objek dan peristiwa dengan cara yang sistematis untuk memperoleh informasi mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Prosedur pengumpulan datanya ialah peneliti mendatangi responden yang pernah mengunjungi ke pemakaman Imogiri. Kemudian peneliti menanyakan kepada calon responden tersebut mengenai informasi yang berkaitan dengan kriteria responden penelitian ini. Apabila sesuai, peneliti meminta kesediaan calon responden tersebut untuk mengisi kuesioner.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan 1 jenis skala yaitu: skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang tercantum pada kuesioner.

1. Variabel Dependen

Menurut Malhotra (2009) variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Dalam penelitian ini diketahui variabel dependen adalah niat berkunjung ulang (*revisit intention*).

2. Variabel Independen

Menurut Malhotra (2009) variabel bebas atau variabel independen adalah variabel alternative yang dimanipulasi (yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari pengalaman konsumen (*customer experience*) sebagai X1, citra destinasi (*destination image*) sebagai X2, kepercayaan (*trust*) sebagai X3.

3. Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2013) variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati serta diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel intervening pada penelitian ini adalah kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) dan Minat Kunjungan Ulang (*Revisit Intention*).

4. Operasionalisasi Variabel

Adapun operasional variabel dan indikator adaptasi yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel III.1.

Tabel III. 1 Variabel Operasional

4.1 Variabel Pengalaman Konsumen (*Customer Experience*)

<i>Konsep</i>	<i>Indikator Original</i>	<i>Indikator Adaptasi</i>	<i>Sumber</i>
<p>Customer Experience (XI)</p> <ul style="list-style-type: none"> Menurut Hsu and Tsou mengatakan bahwa pengalaman pelanggan adalah persepsi psikologis di hati pengguna, dan secara substansial mempengaruhi perilaku penggunaan selanjutnya. Menurut (Ali, Hussain et al. 2014) pengalaman pelanggan dibagi menjadi 4 dimensi, yaitu: <ul style="list-style-type: none"> - Education, - Entertainment, - Aesthetics, - Escape 	<p>1. <i>The experience has made me more knowledgeable.</i></p> <p>2. <i>I learned a lot during my experience.</i></p> <p>3. <i>It stimulated my curiosity to learn new things.</i></p> <p>2. <i>Activities at the resort were amusing to watching festival.</i></p> <p>2. <i>Activities at the resort were captivating to watch.</i></p> <p>1. <i>Just being here was very pleasan.</i></p> <p>2. <i>I felt a real sense</i></p>	<p>1. Pengalaman di wisata pemakaman Imogiri membuat saya lebih berpengetahuan.</p> <p>2. Saya belajar banyak selama saya di wisata pemakaman Imogiri.</p> <p>3. Merangsang keingintahuan saya untuk mempelajari hal-hal baru selama di wisata pemakaman Imogiri.</p> <p>2. Kegiatan tradisi budaya di pemakaman imogiri menyenangkan untuk ditonton.</p> <p>2. Kegiatan tradisi budaya di pemakaman imogiri menarik perhatian saya.</p> <p>1. Berada di wisata pemakaman Imogiri sangat menyenangkan.</p> <p>2. Saya merasakan harmoni yang nyata saat berada di wisata pemakaman Imogiri.</p> <p>1. Pengalaman di wisata pemakaman Imogiri membuat saya membayangkan menjadi orang lain.</p> <p>2. Saya benar benar lupa dengan kegiatan rutin saya saat berada di wisata pemakaman Imogiri.</p>	(Ali, Hussain et al. 2014)

	<p><i>of harmony</i></p> <p>1. <i>The experience here let me imagine being someone else.</i></p> <p>2. <i>I totally forgot about my daily routine.</i></p> <p>3. <i>I felt like I was living in a different time or place.</i></p>	<p>3. Saya merasa seperti ada di tempat yang berbeda saat mengunjungi wisata pemakaman Imogiri.</p>	
--	--	---	--

Sumber : Diolah oleh peneliti (2019)

4.2 Variabel Citra Destinasi (*Destination Image*)

Konsep	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Destination Image (X2)</i>	<p>1. Alanya has sufficient natural parks.</p> <p>2. Alanya has sufficient natural beauty areas.</p>	<p>1. Pemakaman Imogiri mempunyai taman yang cukup asri.</p> <p>2. Pemakaman Imogiri mempunyai kecantikan alam yang indah.</p>	(Stylos, Vassiliadis et al. 2016)
	<p>1. Alanya has quality accommodation facilities</p> <p>2. Alanya has an adequate tourism /tourist information network.</p>	<p>1. Pemakaman Imogiri memiliki fasilitas akomodasi yang cukup memadai.</p> <p>2. Wisata Pemakaman Imogiri mempunyai jaringan informasi pariwisata yang baik.</p>	

	<p>1. Alanya has entertainment areas.</p> <p>2. Alanya has an attractive night life (entertainment).</p>	<p>1.Pemakaman Imogiri mempunyai area hiburan yang baik.</p> <p>2.Pemakaman Imogiri memiliki kehidupan malam yang menarik.</p>	
	<p>1. The people of Alanya are friendly and helpful.</p> <p>2. Alanya is generally a safe city.</p>	<p>1. Orang orang di sekitar pemakaman Imogiri sangat ramah dan membantu.</p> <p>2.Pemakaman Imogiri terletak di kota yang aman.</p>	
	<p>1. Accommodation prices in Alanya are reasonable.</p> <p>2. Alanya is an affordable city.</p>	<p>1. Harga akomodasi di pemakaman Imogiri masuk akal.</p> <p>2.Pemakaman Imogiri terletak di kota yang terjangkau.</p>	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2019)

	2. <i>Turkish hospitals guarantee satisfaction</i>		
--	--	--	--

Sumber : Dioleh oleh peneliti (2019)

4.3 Variabel Kepuasan Wisatawan (*Tourist Satisfaction*)

Konsep	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
<p>Tourist Satisfaction (Y)</p> <ul style="list-style-type: none"> Menurut (Prebensen and Xie 2017) kepuasan adalah sesuatu yang dipengaruhi tidak hanya oleh nilai yang diraih tetapi juga oleh partisipasi wisatawan dalam pengalaman tersebut. Menurut Oliver dalam jurnal (Prebensen and Xie 2017) kepuasan dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <i>Overall satisfaction with the trip</i> <i>Recommendation</i> <i>Recall</i> 	<p>1. <i>I'm satisfied with this experience. It has been a good experience.</i></p> <p>2. <i>I will always remember this experience.</i></p>	<p>1. Saya merasa puas dengan pengalaman mengunjungi wisata pemakaman Imogiri salah satu pengalaman cukup bagus.</p> <p>2. Saya akan selalu mengingat pengalaman mengunjungi wisata pemakamana Imogiri.</p>	(Prebensen and Xie 2017)
	<p>1. <i>I will recommend this experience to others</i></p> <p>2. <i>The experience at this destination is exactly what I needed</i></p> <p>3. <i>The price paid for this experience is reasonable</i></p>	<p>1. Saya akan merekomendasikan pengalaman saya mengunjungi wisata pemakaman Imogiri ke yang lain.</p> <p>2. Pengalaman saya di destinasi wisata pemakaman Imogiri merupakan pengalaman yang saya butuhkan.</p> <p>3. Harga yang dibayarkan untuk wisata pemakaman Imogiri sangat masuk akal.</p>	(Prebensen and Xie 2017)
	<p>1. <i>I enjoy discussing this type of holiday with my friends.</i></p>	<p>1. Saya senang mendiskusikan liburan ke pemakaman Imogiri bersama teman teman saya.</p>	(Prebensen and Xie 2017)

Sumber : Diolah oleh peneliti (2019).

4.4 Variabel Niat Mengunjungi Kembali (*Revisit Intention*)

Konsep	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
<p><i>Revisit Intention(Z)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Menurut (Stylos, Vassiliadis et al. 2016) niat berkunjung ulang adalah kesediaan individu untuk mengunjungi kembali di waktu masa depan. Menurut (Herstanti, Suhud et al. 2014) terdapat dua dimensi niat berkunjung ulang yaitu : <ul style="list-style-type: none"> -<i>Transactional Intention</i> - <i>Intention to recommend</i> 	<p>1. <i>I would revisit Sydney for vacation.</i></p> <p>2. <i>I would visit the same attractions (which I've visited), if I was on vacation back to Sydney.</i></p>	<p>1. Saya akan mengunjungi kembali ke pemakaman Imogiri untuk liburan.</p> <p>2.Saya akan mengunjungi atraksi yang sama (yang saya kunjungi), jika saya sedang berlibur kembali ke pemakaman Imogiri.</p>	(Herstanti, Suhud et al. 2014)

	<p>1. <i>I would recommend Sydney to my friends as a destination for vacation.</i></p> <p>2. <i>I would tell positive things about my experience during my vacation in Sydney.</i></p> <p>3. <i>I would recommend Sydney, to my relatives as a destination for vacation.</i></p>	<p>1. Saya akan merekomendasikan pemakaman Imogiri kepada teman-teman saya sebagai tujuan liburan.</p> <p>2. Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama liburan di pemakaman Imogiri.</p> <p>3. Saya akan merekomendasikan pemakaman Imogiri, kepada kerabat saya sebagai tujuan liburan.</p>	
--	--	--	--

Sumber: Diolah oleh peneliti (2019)

5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Menurut Sugiyono (2015), skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011), skala Likert merupakan suatu metode pengukuran sikap yang banyak digunakan, karena kesederhanaannya. Skala Likert adalah sebuah skala pengukuran dengan 5 kategori respon berkisar dari “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju” pada umumnya dimana responden dibutuhkan untuk mengindikasikan sebuah tingkat ketidaksetujuan atau

kesetujuan dengan masing-masing seri pertanyaan terhubung dengan objek stimulus (Malhotra, 2010). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk checklist atau pilihan ganda (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala Likert genap, dengan menggunakan kategori genap, misalnya 4 pilihan, 6 pilihan, atau 8 pilihan (Sukardi, 2015). Peneliti mengambil skala Likert pilihan enam, adapun kegunaan dari skala Likert enam ini agar responden tidak memberikan pada kategori tengah atau netral yang dapat membuat peneliti tidak memperoleh informasi. Sehingga penggunaan skala Likert genap dianjurkan untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel III. 2 Penggunaan Skala Likert Genap

Kriteria Jawaban	Kode
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Simamora, 2008

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Peneliti menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan perangkat lunak yang digunakan yaitu AMOS dan SPSS untuk melakukan pengolahan dan analisis data. Penggunaan SEM dalam penelitian ini dikarenakan SEM dinilai lebih akurat, dimana peneliti tidak hanya mengetahui hubungan antara variabel, namun juga mengetahui komponen-komponen pembentuk variabel dan mengetahui besarnya.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Salah satu uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Menurut (Malhotra 2009), skala validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antara objek-objek pada karakteristik yang sedang diukur, daripada eror sistematis atau acak.

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 (2009) validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi kolerasi yang signifikan antara kolerasi antar variabel. Untuk melihat korelasi dalam validitas maka digunakan *factor analysis*. *Factor analysis* merupakan metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki ketertarikan satu sama lain. *Factor analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah

EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*).

EFA adalah analisis yang sebelumnya sudah terprediksi, lalu dibuat sebuah pola yang lebih kompleks. EFA digunakan dalam kondisi dimana peneliti tidak memiliki informasi awal atau hipotesis harus dikelompokkan ke dalam variabel mana saja sekumpulan indikator yang telah dibuat. jadi peneliti berangkat dari indikator (manifest) kemudian membentuk variabel. EFA juga digunakan dalam kondisi dimana variabel laten memiliki indikator yang belum jelas. indikator satu variabel laten dimungkinkan overlap dengan indikator variabel laten lainnya. Sedangkan CFA adalah untuk menguji apakah indikator-indikator yang sudah dikelompokkan berdasarkan variabel latennya (konstruknya) konsisten berada dalam konstruknya tersebut atau tidak. Perbedaan yang mendasar antara CFA dan EFA adalah pada CFA peneliti sudah memiliki asumsi awal bahwa indikator-indikator masuk ke dalam variabel laten tertentu.

Menurut Hair, Black et al. (2010), 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 berikut:

Tabel III. 3 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, 2010

Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach's alpha* (α) yang menyatakan sebuah kuesioner reliabel jika memiliki nilai alpha diatas 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Rumus *cronbach's alpha* dituliskan sebagai berikut:

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

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

σb^2 = Jumlah varians butir

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Jumlah varians total

3. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS 22. Menurut Sugiyono (2013), SEM dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*) dan analisis jalur (*path analysis*). Metode Analisis dilakukan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS *for windows* versi 23 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS versi 23 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.

Menurut Sanusi (2011) ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk menguji model SEM layak atau tidak. Yang pertama adalah dengan menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak bisa terjadi pada bagian model pengukuran. Langkah berikutnya adalah melakukan uji kecocokan berdasarkan *fit indices*. *Fit indices* pada SEM 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 structural maupun model pengukuran secara bersamaan. Alat ukur pada *Absolute Fit Indices* biasanya yaitu:

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-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. *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.

3. 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.

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. 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.

Dengan demikian indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti yang dirangkum dalam tabel III.8 berikut ini:

<i>Goodness of Fit Indices Cut-Off Value</i>	<i>Goodness of Fit Indices Cut-Off Value</i>
Chi-Square	Diharapkan kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber : Anwar Sanusi (2011)