

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kegunaan perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama.
2. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap terhadap penggunaan perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama.
3. Menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap terhadap penggunaan perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama.
4. Menganalisis pengaruh sikap terhadap penggunaan terhadap perilaku untuk menggunakan perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama.
5. Menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap perilaku untuk menggunakan perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama.
6. Menganalisis pengaruh sikap terhadap penggunaan terhadap kesediaan untuk membayar tarif premium jasa pengiriman perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama.

7. Menganalisis pengaruh perilaku untuk menggunakan pelanggan terhadap penggunaan aktual pelanggan perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama.
8. Menganalisis pengaruh kesediaan untuk membayar tarif premium jasa pengiriman terhadap penggunaan aktual perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di Jabodetabek karena jasa pengiriman yang dilakukan oleh pihak perdagangan elektronik ini bekerja sama dengan penyedia jasa transportasi daring dan wilayah jangkauan yang baru tersedia hanya di wilayah Jabodetabek. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2019.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei dan teknik hubungan kausalitas menggunakan model persamaan struktural (SEM). Variabel yang diukur dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas atau konstruk eksogen (X) dan variabel terikat atau konstruk endogen (Y).

D. Populasi dan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai sebuah wilayah umum yang menjadi fokus suatu penelitian, yang di dalamnya mengandung unsur obyek atau subyek, serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti (Sugiyono,

2010). Populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terbatas. Populasi tidak terbatas adalah suatu populasi yang jumlah anggota populasi tidak dapat diketahui secara pasti, karena jumlah konsumen perdagangan elektronik tidak dapat diprediksi dan dapat menjadi tak terhingga (Supardi, 1993). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama pada pembelian di perdagangan elektronik Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Blibli.com, dan Elevenia di area Jabodetabek.

Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan subjek penelitian yang dianggap mewakili populasi dan biasanya disebut responden penelitian (Supardi, 2013). Pengambilan sampel penelitian yang cocok digunakan pada populasi tidak terbatas dalam penelitian ini adalah metode penentuan sampel penelitian tanpa (kurang) atau tidak memberikan kemungkinan yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel terpilih. Kriteria sampel adalah pengguna layanan pada hari yang sama yang tinggal di Jabodetabek. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah teknik kuota, yaitu teknik penentuan sampel dengan menentukan kuota atau jumlah dari sampel penelitian (Supardi, 1993).

Penentuan jumlah sampel yang sesuai untuk populasi tidak terbatas yaitu menggunakan Rumus Lemeshow (1997), sebagai berikut:

$$\frac{Z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

n
Keterangan:

n = jumlah minimum sampel

Z = Z score pada $1 - \alpha/2$ tingkat kepercayaan

p = estimasi proporsi pengguna jasa pengiriman pada hari yang sama

d = presisi

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan *maximal estimation* dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% ($Z = 1,960$) dan limit dari error (d) ditetapkan 0,10. Proporsi responden yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama saat berbelanja daring adalah 50%, maka diperoleh jumlah minimum sampel penelitian:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2} = 96,04$$

Sesuai dengan alat analisis yang digunakan, yaitu model persamaan struktural (SEM) diperlukan sampel sebanyak 100 hingga 200, oleh karena itu, peneliti menggunakan jumlah sampel 200 untuk menguji hipotesis.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan mengajukan daftar pertanyaan terstruktur terhadap pelanggan perdagangan elektronik. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian disusun berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu.

Variabel diukur menggunakan skala interval untuk memudahkan dalam menentukan preferensi tanggapan terhadap pernyataan yang diberikan

(Ghozali, 2009). Sebagai simbol yang menyatakan preferensi responden terhadap variabel dalam penelitian ini, digunakan Skala Likert 6 pilihan untuk menghindari jawaban netral responden, sehingga tidak ada nilai tengah atau *zero-point* (Edwards, 1957) dengan kriteria sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Sedikit Tidak Setuju

4 = Sedikit Setuju

5 = Setuju

6 = Sangat Setuju

F. Instrumen Penelitian

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental (Gardner dan Amoroso, 2004). Empat hal yang membentuk persepsi kemudahan penggunaan, yaitu: jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah untuk menjadi terampil, dan mudah untuk digunakan

Persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat kepercayaan pelanggan bahwa berbelanja di perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama akan lebih mudah dalam proses bertransaksi, pembayaran, dan membuat

kesepakatan. Variabel ini diukur dengan empat item pernyataan yang diadopsi dari penelitian Wu *et al.* (2005) menggunakan skala *likert*, dengan skor antara 1 sampai dengan 6.

2. Persepsi Kegunaan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai tingkatan keyakinan seseorang bahwa menggunakan sebuah sistem akan meningkatkan kinerjanya. Empat hal yang membangun persepsi kegunaan, yaitu bahwa suatu sistem akan meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, lebih efektif, dan bermanfaat dalam pekerjaan.

Persepsi kegunaan dalam penelitian ini diartikan sebagai suatu tingkat dimana pelanggan perdagangan elektronik yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama akan merasa bahwa belanja yang efektif akan membantu meningkatkan kinerja mereka. Variabel ini diukur dengan empat item pernyataan yang diadopsi dari penelitian Wu *et al.* (2005) menggunakan skala *likert*, dengan skor antara 1 sampai dengan 6.

3. Sikap terhadap Penggunaan

Davis (1989) sikap terhadap penggunaan dalam TAM sebagai suatu tingkat penilaian terhadap dampak yang dialami oleh seseorang bila menggunakan suatu sistem tertentu dalam pekerjaannya. Indikator yang digunakan adalah: kesenangan pengguna setelah adanya sistem, menggunakan sistem adalah ide yang bijaksana, menggunakan sistem adalah ide yang baik, dan menggunakan sistem adalah ide yang positif.

Variabel ini diukur dengan empat pernyataan yang diadopsi dari penelitian Wu *et al.* (2005) menggunakan skala *likert*, dengan skor antara 1 sampai dengan 6.

4. Perilaku untuk Menggunakan

Variabel ini menunjukkan kemungkinan pengguna untuk menggunakan toko daring dalam bertransaksi daring. Perilaku untuk menggunakan memiliki indikator asumsi dan prediksi pengguna untuk menggunakan toko daring yang diukur dengan dua pernyataan yang diadopsi dari penelitian Wu *et al.* (2005) menggunakan skala *likert*, dengan skor antara 1 sampai dengan 6.

5. Penggunaan Aktual

Penggunaan aktual menunjukkan frekuensi penggunaan toko daring dalam berbelanja dan jumlah kegiatan berbelanja dalam periode tertentu. Variabel ini diukur dengan dua pernyataan yang diadopsi dari penelitian Wu *et al.* (2005) menggunakan skala *likert*, dengan skor antara 1 sampai dengan 6.

6. Kesiediaan untuk Membayar

Kesiediaan untuk membayar menunjukkan alasan responden untuk membayar dalam penggunaan toko daring yang menyediakan layanan pengiriman pada hari yang sama dalam membeli barang yang mereka inginkan. Variabel ini diukur dengan dua indikator yang diadopsi dari penelitian Ye *et al.* (2004) menggunakan skala *likert*, dengan skor antara 1 sampai dengan 6.

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceive ease of use</i>)				
Lim, W. M. & D. H. Ting. 2012.	Kemudahan	<i>"I find most online shopping sites easy to use."</i>	Saya menemukan sebagian besar situs belanja daring yang mudah digunakan	Saya mudah menemukan situs belanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>"I find it easy learning to use most online shopping sites."</i>	Saya merasa mudah belajar menggunakan sebagian besar situs belanja daring.	Saya merasa mudah menggunakan sebagian besar situs belanja daring yg menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>"I find it easy to use most online shopping sites to find what I want."</i>	Saya merasa mudah menemukan sebagian besar situs belanja daring untuk menemukan apa yang saya inginkan	Saya merasa mudah menemukan sebagian besar situs belanja daring yang menyediakan jasa pada hari yang sama untuk menemukan apa yang saya inginkan
		<i>"I find it easy to become skilful at using most online shopping sites."</i>	Saya merasa mudah untuk menjadi ahli dalam menggunakan sebagian besar situs belanja daring	Saya merasa mudah untuk menjadi ahli dalam menggunakan situs belanja daring dengan menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>"I find it easier to compare products"</i>	Saya merasa lebih mudah membandingkan produk saat	Saya merasa lebih mudah membandingkan produk saat berbelanja

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
		<i>when shopping at online retailers.”</i>	berbelanja di situs daring	di stitus daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>“I feel that most online shopping sites are flexible to interact with.”</i>	Saya merasa bahwa sebagian besar situs belanja daring fleksibel untuk berinteraksi	Saya merasa bahwa sebagian besar situs belanja daring fleksibel untuk berinterkasi karena mempunyai jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>“I am able to browse online shopping sites with ease.”</i>	Saya dapat menjelajahi situs belanja daring dengan mudah.	Saya dapat menjelajahi situs belanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama dengan mudah
2. Persepsi kegunaan (<i>perceived usefulness</i>)				
Lim, W. M. & D. H. Ting. 2012.	Kegunaan	<i>“I am able to accomplish my shopping goals more quipkly when I shop online”</i>	Saya dapat mencapai tujuan belanja saya lebih cepat ketika saya berbelanja daring	Saya dapat mencapai tujuan berbelanja saya lebih cepat ketika saya berbelanja daring yang menggunakan jasa pemgiriman pada hari yang sama
		<i>“I am able to improve my shopping performance when I shop online (e.g. save time or money)”</i>	Saya dapat meningkatkan kinerja belanja saya ketika saya berbelanja daring (menghemat waktu atau uang).	Saya dapat meningkatkan kinerja berbelanja saya ketika saya berbelanja daring dengan menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama karena menghemat waktu dan uang
		<i>“I am able to increase</i>	Saya dapat meningkatkan	Saya dapat meningkatkan produktivitas

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
		<i>my shopping productivity when I shop online (e.g. make purchase decisions or find product information within the shortest time frame)</i>	produktivitas belanja saya ketika saya berbelanja daring (mis. membuat keputusan pembelian atau mencari informasi produk dalam jangka waktu singkat)	berbelanja saya ketika saya berbelanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama (misal membuat keputusan pembelian atau mencari informasi produk dalam jangka waktu singkat)
		<i>"I am able to increase my shopping effectiveness when I shop online (e.g. get the best deal or find the most information about a product)"</i>	Saya dapat meningkatkan efektivitas belanja saya ketika saya berbelanja daring (dapatkan penawaran terbaik atau temukan sebagian besar informasi tentang sebuah produk)	Saya dapat meningkatkan efektifitas berbelanja saya ketika saya berbelanja daring dengan menggunakan jasa pada hari yang sama karena mendapatkan penawaran terbaik atau menemukan sebagian besar informasi tentang sebuah produk
		<i>"I find the website of online retailers useful in aiding my purchase decisions."</i>	Saya menemukan situs belanja daring yang berguna dalam membantu saya membuat keputusan saat ingin membeli.	Saya menemukan situs belanja daring yang berguna dalam membantu saya membuat keputusan ingin membeli karena adanya jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>"Shopping from online retailers improves my purchase"</i>	Belanja dari penjual daring meningkatkan keputusan `saya dalam membeli	Berbelanja dari penjual daring meningkatkan keputusan saya dalam membeli kerena adanya jasa pengiriman

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
		<i>decisions”</i>		pada hari yang sama
		<i>“Shopping from online retailers makes it easier for me to satisfy my needs.”</i>	Belanja dari penjual daring mempermudah saya untuk memuaskan kebutuhan saya	Berbelanja dari penjual daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama mempermudah saya untuk memuaskan kebutuhan saya
3. Sikap terhadap Penggunaan (<i>attitude toward using</i>)				
Lim, W. M. & D. H. Ting. 2012.	Persepsi Kemudahan Penggunaan	<i>“I am comfortable to shop from online shopping sites”</i>	Saya nyaman berbelanja dari situs belanja daring	Saya nyaman berbelanja dari situs belanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>“I like to purchase what I need from online shopping sites.”</i>	Saya suka membeli apa yang saya butuhkan dari situs belanja daring	Saya suka membeli apa yang saya butuhkan di situs belanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>“I like to seek for product information from online shopping sites.”</i>	Saya suka mencari informasi produk dari situs belanja daring	Saya suka mencari informasi produk dari situs belanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>“I feel happy when I do my shopping online.”</i>	Saya merasa senang ketika saya belanja daring	Saya merasa senang ketika saya berbelanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
		<i>"I feel shopping online is a good idea."</i>	Saya merasa belanja daring adalah ide yang bagus.	Saya merasa berbelanja daring dengan menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama adalah ide yang bagus
		<i>"I feel shopping online is a wise choice."</i>	Saya merasa belanja daring adalah pilihan bijak.	Saya merasa berbelanja daring dengan menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama adalah pilihan bijak
		<i>"I hold a positive evaluation of shopping online"</i>	Saya terus mengadakan evaluasi positif belanja daring	Saya terus mengadakan evaluasi positif belanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
4. Perilaku untuk Menggunakan (<i>behavioral intention to use</i>)				
Lim, W. M. & D. H. Ting. 2012.	Perilaku untuk Menggunakan	<i>"It is likely that I will continue to purchase products from online retailers in the future"</i>	Sangat mungkin saya akan terus membeli produk dari penjual daring di masa depan	Sangat mungkin saya akan terus membeli produk dari penjual daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama di masa yang akan datang
		<i>"I intend to continue purchase products from the Internet in the future"</i>	Saya bermaksud untuk terus membeli produk dari Internet di masa depan	Saya bermaksud untuk terus membeli kembali produk yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama dari internet di masa depan
		<i>"I would likely visit an online shopping site to shop for my needs."</i>	Saya mungkin akan mengunjungi situs belanja daring untuk berbelanja	Saya mungkin akan mengunjungi situs berbelanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
			kebutuhan saya.	untuk berbelanja kebutuhan saya
		<i>"I plan to do more of my shopping via online shopping sites."</i>	Saya berencana untuk belanja lebih banyak melalui situs belanja daring	Saya berencana untuk berbelanja lebih banyak melalui banyak situs daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>"When I need to buy a particular product, I would search for an online retailer which has the product."</i>	Ketika saya perlu membeli produk tertentu, saya akan mencari penjual daring yang memiliki produk	Ketika saya perlu membeli produk tertentu saya akan mencari penjual daring yang memiliki jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>"There is a substantial chance that I would purchase the same product from an online retailer."</i>	Ada kemungkinan besar bahwa saya akan membeli produk yang sama dari penjual daring	Ada kemungkinan besar bahwa saya akan membeli produk yang sama dari penjual daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>"There is a substantial chance that I would purchase different products from an online retailer."</i>	Ada kemungkinan besar bahwa saya akan membeli produk yang berbeda dari penjual daring	Ada kemungkinan besar bahwa saya akan membeli produk yang berbeda dari penjual daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
5. Penggunaan Aktual (<i>actual use</i>)				
Lim, W. M. & D. H. Ting. 2012.	Penggunaan yang Sesungguhnya		Saya selalu menggunakan situs belanja daring untuk membeli kebutuhan saya	Saya selalu menggunakan situs belanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama untuk membeli kebutuhan saya
			Saya selalu menggunakan situs belanja daring untuk membeli barang-barang yang saya inginkan	Saya selalu menggunakan situs belanja daring yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama untuk membeli barang-barang yang saya inginkan
6. Kesiediaan untuk Membayar (<i>willingness to pay</i>)				
Lee. R. Ye, Y. J. Zhang, D. D. Nguyen & J. S. H. Chiu. 2004	Kesiediaan untuk Membayar	<i>"I would pay for better service "</i>	Saya bersedia membayar untuk produk yang lebih baik	Saya bersedia membayar untuk produk yang lebih baik dan yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama
		<i>"I need the service and want it to survive "</i>	Saya bersedia membayar karena saya membutuhkan produk tersebut dan memerlukannya untuk hidup sehari hari	Saya bersedia membayar lebih produk yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama karena saya membutuhkan produk tersebut untuk hidup sehari-hari
		<i>"it is the right thing to do "</i>	Saya bersedia membayar karena pembelian ini adalah hal yang benar untuk dilakukan	Saya bersedia membayar lebih untuk produk yang menggunakan jasa pengiriman pada hari yang sama karena

Sumber	Dimensi	Indikator	Terjemahan	Hasil Adaptasi
				pembelian ini adalah hal yang benar untuk dilakukan

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM merupakan alat analisis penelitian yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dengan indikatornya, antar konstruk laten, maupun kesalahan pengukuran secara langsung (Hair *et al.*, 2010). Software yang digunakan untuk mengestimasi data dalam penelitian ini yaitu AMOS 21.0. Penggunaan SEM memungkinkan untuk dilakukan pengujian model pengukuran (validitas dan reliabilitas) dan juga model structural (uji kausalitas) (Hartono, 2009).

Pengujian model struktural dilakukan melalui 7 tahapan, yaitu:

1. Pengembangan model berbasis teori

Tahapan ini merupakan langkah telaah pustaka untuk mendapatkan kerangka teoritis sebagai dasar pembentukan model structural.

2. Pengembangan diagram jalur (*Path diagram*)

Diagram jalur dibentuk atas dasar model teoritis yang telah disusun pada langkah sebelumnya, sehingga mempermudah peneliti dalam melihat hubungan kausalitas yang akan diujinya.

3. Konversi diagram jalur menjadi persamaan struktural

Diagram jalur selanjutnya diubah menjadi rangkaian persamaan sebagai interpretasi hubungan kausalitas antar konstruk. Persamaan struktural dibentuk dengan ketentuan:

$$\text{Variabel Endogen} = \text{Variabel Eksogen} + \text{Error}$$

4. Memilih Matrik Input dan Estimasi

Matriks yang digunakan dalam permodelan disesuaikan dengan bentuk hubungan yang akan diuji. SEM menggunakan matriks varians atau kovarians atau matrik korelasi sesuai dengan hipotesis yang dibuat.

5. Menilai Problem Identifikasi

Penilaian problem identifikasi dilakukan untuk mendapatkan model estimasi yang lebih baik.

6. Evaluasi *Goodness of Fit*

Kesesuaian model estimasi dievaluasi menggunakan beberapa kriteria *Goodness Of Fit*, yaitu (Suliyanto, 2011):

a. Uji kesesuaian dan uji statistik

Kesesuaian model estimasi dinilai dengan membandingkan setiap aspeknya terhadap batasan atau kriteria kesesuaian, antara lain:

1) χ^2 atau Chi Square Statistik

Nilai χ^2 yang semakin kecil atau kurang dari χ^2 tabel maka model estimasi akan semakin baik. Nilai χ^2 juga diterima jika memiliki probabilitas lebih dari 0,05

2) RMSEA (*The Root Mean Square Error Of Approximation*)

Nilai $RMSEA \leq 0,08$ menunjukkan model yang *close fit* atau baik.

3) GFI (*Goodness Of Fit Index*)

Merupakan ukuran *non statistical* yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) hingga 1,0 (*perfect fit*). Semakin tinggi indeks ini, maka model estimasi dianggap lebih baik (*better fit*).

4) AGFI (*Adjusted Goodness Of Fit Index*)

Merupakan kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matrik kovarian sample. Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI memiliki nilai $\geq 0,09$.

5) CMIN/DF (*The minimum simple discrepancy function divided with degree of freedom*)

Merupakan nilai χ^2 dibagi *degree of freedom*-nya sehingga disebut χ^2 relative. Nilai χ^2 relative yang tidak lebih dari 2,0 atau 3,0 menunjukkan kesesuaian model dengan data.

6) TLI (*Tucker Lewis Index*)

Merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji dengan sebuah *base line model*. Kriteria kesesuaian model adalah jika nilai $TLI \geq 0,95$ dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.

7) CFI (*Comparative Fit Index*)

Rentang nilai sebesar 0 – 1 adalah batas kesesuaian sebuah model estimasi, di mana jika semakin mendekati 1, mengindikasikan tingkat *a very good fit*.

b. Uji validitas dan reliabilitas

1) Uji Validitas

Terpenuhinya validitas konstruk ditentukan dari nilai *factor loading*-nya. Nilai *factor loading* tidak boleh kurang dari 0,50 atau lebih dan idealnya harus lebih dari 0,70 (Ghozali, 2009).

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan kestabilan instrumen dalam mengukur suatu variabel jika dilakukan pengukuran kembali pada subjek yang sama. Batas reliabilitas instrumen adalah 0,70 (Ferdinand, 2011).

3) *Variance Extracted*

Nilai *Variance Extracted* yang diterima adalah $\geq 0,05$.

7. Interpretasi dan modifikasi Model

Nilai residual value yang lebih besar atau sama dengan $\pm 2,58$ diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat 5%.

H. Pengujian Hipotesis Statistika

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan nilai *P-values* atau signifikansi pengaruh variabel independen terhadap dependen pada tingkat kepercayaan 95%.

Kriteria penerimaan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika $P \text{ value} \leq 0,05$ dan $C.R. > 1,96$; maka H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Jika $P \text{ value} > 0,05$ dan $C.R. < 1,96$; maka H_a ditolak dan H_o diterima.