

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan menggunakan kuisisioner yang dibagikan secara langsung dan *Google Form* yang dibagikan melalui media online (Whatsapp, Line, Instagram, Gmail, dan sebagainya). Penelitian ini dilaksanakan pada Juli-Agustus 2019. Penelitian dilakukan di wilayah DKI Jakarta.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Dalam melaksanakan penelitiannya, penulis dapat menggunakan jenis metode penelitian deskriptif dan verifikatif, yaitu sebagai berikut:

1. Menurut Sugiyono (2017:35) dan menyatakan bahwa metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel *bebas atau variable independent*, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap kepercayaan penggunaan dan niat beli Traveloka.
2. Menurut Sugiyono (2017:8) dalam metode verifikatif adalah penelitian dapat dilakukan terhadap populasi/sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode verifikatif serta dalam

penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, terhadap kepercayaan penggunaan dan niat beli Traveloka.

### 3.3 Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2017:39) dalam variabel penelitian ini adalah suatu atribut/sifat dalam menilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Variabel Bebas (*Independen Variable*)

Menurut Sugiyono, (2017:39) dalam menyatakan bahwa variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya dalam variabel terikat (*dependen*). Di penelitian ini yang menjadi variabel bebas atau *independen* adalah Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Risiko (X2).

#### 2. Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Menurut Sugiyono, (2017:39) menyatakan bahwa variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel dipengaruhi atau yang dapat menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Di dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu Niat Beli (Z).

#### 3. Variabel Intervening (*Intrvening Variable*)

Variabel Intervening menurut Sugiyono, (2016:39) mendefinisikan “variabel intervening (penghubung) yaitu sebuah variabel yang secara teoritis dapat

mempengaruhi hubungannya antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak akan dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela atau sampai antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *intervening* atau yang menjadi penghubung yaitu kepercayaan penggunaan (Z).

**Tabel III.1**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Skala Ukur	Sumber
1	Kemudahan penggunaan (Ease of Use) (X1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menurut saya, mempelajari situs Traveloka adalah hal yang mudah.</li> <li>- Menurut saya, susunan menu pada situs Traveloka mudah dipahami.</li> <li>- Menurut saya, situs Traveloka dapat digunakan kapan saja</li> <li>- Menurut saya, situs Traveloka dapat digunakan dengan mudah.</li> <li>- Menurut saya, situs Traveloka dapat menunjang aktivitas belanja <i>online</i></li> <li>- Menurut saya, fitur yang ada pada situs Traveloka mudah dimengerti</li> </ul>	Likerts	Davis (1989); Cheng, Lam, and Yeung (2006); Moore and Benbasat (1991); Castaneda, Munoz-Leiva, and Luque (2007)

		<p>- Menurut saya, menggunakan situs Traveloka dapat meningkatkan keterampilan.</p> <p>- Menurut saya, menggunakan situs Traveloka dapat meningkatkan kecakapan teknologi.</p>		
2	Persepsi Risiko ( <i>Perceived Risk</i> ) X2	<p>- Menurut saya, ada risiko kehilangan uang saat bertansaksi melalui situs Traveloka</p> <p>- Menurut saya, ada risiko keterlambatan dalam pengiriman produk saat bertransaksi melalui situs Traveloka</p> <p>- Menurut saya, ada risiko ketidaksesuaian produk saat bertransaksi melalui situs Traveloka</p> <p>- Menurut saya, bertransaksi melalui situs Traveloka akan menimbulkan risiko kehilangan uang</p>	Likerts	Amaro and Duarte (2015), Shim et al. (2001)
3	Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) (Y)	<p>- Menurut saya, e-Tiket Traveloka dapat dipercaya.</p> <p>- Menurut saya, e-Tiket Traveloka dapat diandalkan.</p> <p>- Menurut saya, e-Tiket Traveloka memiliki integritas.</p> <p>- Menurut saya, e-Tiket Traveloka dapat memberikan manfaat maksimal</p>	Likerts	Morgan and Hunt 1994; Kim, Chung and Lee 2011; Corbitt, Thanasankit, and Yi 2003; Filieri 2015; Kim, Ferrin and Rao 2008.

	Niat beli situs online Traveloka <i>(Intention to purchase )(Z)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya berniat untuk membeli e-tiket dari situs Traveloka dimasa yang akan datang</li> <li>- Saya menggunakan Traveloka sesuai dengan kebutuhan saya.</li> <li>- Saya berniat merekomendasikan pembelian e-tiket Traveloka dimasa yang akan datang</li> <li>- Saya berniat dalam pembelian e-tiket hanya di Traveloka</li> </ul>	Likerts	Kim, Xu and Gupta (2012); mukherjee and nath (2007); Bigne et al. (2010);Castaneda, Munoz-Leiva, and Luque (2007)
--	--	---	---------	---

Sumber : Data diolah oleh Penulis, 2019

Instrumen penelitian ini digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrument harus mempunyai skala (Sugiyono, 2012:92). Skala yang digunakan adalah skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Hal ini sudah spesifik dijelaskan oleh peneliti. Yang selanjutnya disebut sebagai variable penelitian. Kemudian dijabarkan melalui dimensi-dimensi menjadi sub-variabel, kemudian menjadi indikator yang dapat dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan variabel penelitian (Iskandar, 2009:83)

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2017:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah

mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Data Sekunder

Data sekunder yaitu studi kepustakaan dengan mengumpulkan data yaitu dengan cara membaca, mempelajari, dan menganalisa buku-buku yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Dengan cara membaca buku, jurnal, artikel, sumber dari internet dan catatan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti tentang Kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap kepercayaan penggunaan dan niat beli.

2. Data Primer

Data primer merupakan sumber dari data penelitian yang dapat diperoleh secara langsung dari sumber aslinya dan tanpa melalui media perantara lain. Data primer yaitu dapat diperoleh dari pengisian kuesioner dan wawancara oleh para respondennya. Dalam hal ini, dengan peneliti memperoleh data atau informasi secara langsung yaitu dapat menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Peneliti ini hanya menggunakan kuesioner di mana kuesioner dalam sebuah penelitian ini digunakan untuk mencari tahu masalah apa yang ada sedangkan wawancara ini digunakan sebagai informasi awal tentang berbagai isu-isu yang muncul.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner atau biasa disebut juga angket. Menurut Sugiyono, (2016:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk

dijawab. Dalam peneliti menyebarkan kuisisioner melalui GoogleForm untuk mempercepat proses penyebaran kuisisioner. Tipe-tipe pertanyaan kuisisioner bersifat terbuka dan tertutup kepada responden. Pertanyaan yang tertutup dapat membantu responden menjawab dengan cepat dan baik, karena jawabannya sudah terdapat dalam angketnya, dan untuk pertanyaan terbuka ini untuk memberikan kebebasan responden dalam menjawab kuisisionernya.

### **3.5 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel**

Penelitian ini sangat memerlukan pengumpulan data dalam mendapatkan informasi serta keterangan yang sangat berkaitan dengan masalah yang ditelitinya, sehingga sangat perlu adanya pengambilan populasinya.

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2013:115) mendefinisikan populasi merupakan 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 penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah konsumen yang belum pernah membeli *e-tiket* Traveloka.

#### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2013:116) yang menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dalam populasi ini.

Hair *et al.* menyatakan bahwa sejumlah sampel yang diambil minimal lima kali dari jumlah parameter yang dipergunakan dalam penelitian. Menurut Hair *et al.* (2010) mendefinisikan ada beberapa saran dan kriteria yang bisa

digunakan sebagai pedoman untuk menentukan ukuran sampel analisis SEM, yaitu:

- a. Ukuran sampel 100-200 untuk teknik estimasi maximum *Likelihood* (ML).
- b. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
- c. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan, yang dikali 5 sampai 10. Apabila terdapat 20 indikator atau lebih, besarnya sampel adalah 100-200 responden.
- d. Jika dalam sampelnya sangat besar, peneliti ini dapat memilih teknik estimasi tertentu. Sesuai dengan pernyataan Hair, *et al.* sangat bergantung pada jumlah indikator yang dapat digunakan dalam seluruh variabel, yang dikali 5-10. Apabila terdapat 20 indikator atau lebih besarnya sampel adalah 100-200 responden. Maka peneliti, akan menggunakan sampel berjumlah 250 orang responden. Metode sampling yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2010:218) *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative dan baik. Maka kriteria atau batasan penelitian ini :

- Konsumen yang belum pernah menggunakan *Online Travel Agent* Traveloka
- Konsumen yang berencana menggunakan *Online Travel Agent* Traveloka dengan memiliki aplikasi Traveloka.

### 3.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian, penulis dapat mengumpulkan data dan mengolah datanya yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot-bobot dari setiap pertanyaan-pertanyaan berdasarkan skala likert. Adapun kriteria penilaian dapat dilihat dari tabel III.2 Skala Pengukuran seperti dibawah ini:

**Tabel III.2**  
**Skala Pengukuran**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, (2017:39) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Variabel Bebas (*Independen Variable*)

Menurut Sugiyono, (2017:39) menyatakan bahwa variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini

yang menjadi variabel bebas atau *independen* Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Risiko (X2).

## 2. Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Menurut Sugiyono, (2017:39) menyatakan bahwa variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu Niat Beli (Z).

## 3. Variabel Intervening (*Intrvening Variable*)

Variabel Intervening menurut Sugiyono, (2016:39) adalah “variabel intervening (penghubung) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *intervening* atau penghubung yaitu kepercayaan penggunaan (Z).

### **3.8 Skala Pengukuran**

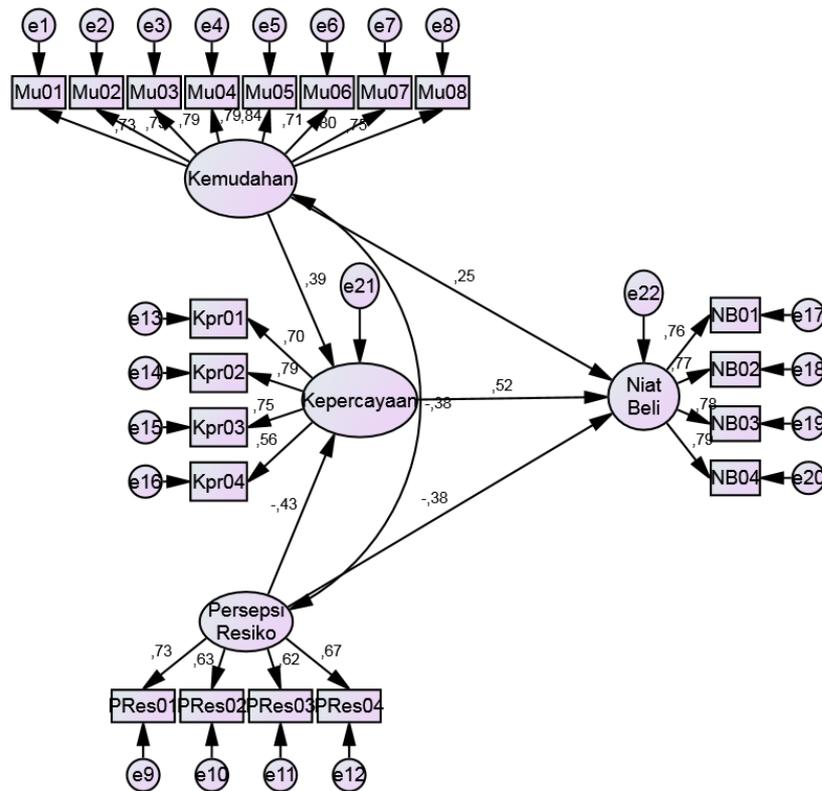
Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrument harus mempunyai skala (Sugiyono, 2012:92). Skala yang digunakan adalah skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang

terjadi. Hal ini sudah spesifik dijelaskan oleh peneliti. Yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Kemudian dijabarkan melalui dimensi-dimensi menjadi sub-variabel, kemudian menjadi indikator yang dapat dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan variabel penelitian (Iskandar, 2009:83)

#### 4. Teknis Analisis Data

Tujuan dari metode analisis data yaitu untuk dapat menginterpretasikan dan menarik suatu kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24 serta SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS dalam mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Confirmatory Factor Analysis And Full Model* Melalui perangkat lunak SEM ini tidak hanya hubungan kausalitas (langsung dan tidak langsung) pada variabel atau konstruk yang diamati dapat terdeteksi, tetapi komponen-komponen yang sangat berkontribusi terhadap pembentukan konstruk itu sendiri dapat ditentukan besarnya. Sehingga hubungan kausalitas di antara dalam variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap serta akurat.



Chi-Square = 200,943  
 DF = 164  
 Probabilitas = ,026  
 RMSEA = ,033  
 GFI = ,913  
 AGFI = ,888  
 TLI = ,980  
 CFI = ,983

**Gambar III.1**

**Konseptual Diagram Full Model**

**Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2019**

1. Teknik *Structural Equation Modelling* (SEM)

SEM mampu menganalisis hubungan antara variabel laten dengan variabel indikatornya, antara hubungan yaitu variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain, dan juga mengetahui besarnya kesalahan pengukuran. Sebagai salah satu metode pengujian yang menggabungkan

faktor analisis dan regresi, SEM lebih merupakan metode *confirmatory* dari pada *exploratory*, yang bertujuan mengevaluasi *proposed dimensionality* yang dapat diajukan dan yang berasal dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan cara melihat atau menguji model hubungan dimensi-dimensi tersebut. dengan pemahaman ini, SEM dapat digunakan sebagai alat untuk mengkonfirmasi pre-knowledge yang telah di peroleh sebelumnya.

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah analisis yang dapat dilakukan untuk menilai karakteristik dengan menggunakan statistik-statistik univariate seperti rata-rata, median, modus, deviasi standar, varians, dan lain-lain. Tujuan dalam analisis deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi seperti latar belakang Pendidikan, pengeluaran tiap bulan dan lain sebagainya.

## 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas Menurut Arikunto (2013: 211) validitas adalah salah satu ukuran yang dapat menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang valid dapat berarti suatu alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid atau tidaknya. Menurut Sugiyono (2013: 173) didefinisikan Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas ini menggunakan *product moment pearson* yang bertujuan mencari penyelesaian secara statistik mengenai keeratan (kuat-

lemahnya) hubungan dari dua variabel yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Dasar pengambilan keputusan yaitu dengan cara ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, maka dapat dinyatakan valid.
2. Jika nilai r-hitung lebih kecil dari r-tabel, maka dapat dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas reliabilitas

adalah sesuatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan yaitu sebagai alat pengumpul data karena instrument-instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2010). Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Instrumen yang reliabel mengandung arti bahwa instrumen tersebut harus baik sehingga dapat mampu mengungkap data yang bisa dipercaya. Dengan menggunakan alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Pada uji ini, reliabel jika alpha hitung lebih besar dari 0,60 di mana kriteria pengambilan keputusan uji reliabilitas yaitu apabila  $\alpha \geq 0,60$  artinya instrumen reliabel, apabila  $\alpha < 0,60$  artinya instrumen tidak reliabel. Berikut rumus reliabilitas dengan metode Cronbach Alpha dijabarkan seperti di bawah ini:

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

dimana

$r_{11}$  : reliabilitas instrumen

$\sigma b^2$  : jumlah varians butir

$k$  : banyaknya butir pertanyaan

$\sigma r^2$  : jumlah varians total

### c. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Menurut Ghozali (2013:249) mendefinisikan “Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jaluryaitu penggunaan analisis regresi untuk menaksir dalam hubungan kausalitas antar variabel”. Analisis jalur sendiri tidak menentukan antara hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi ini bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Apa yang dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

- e. Uji *Goodness of Fit* Pengujian kesesuaian model penelitian digunakan untuk menguji seberapa baik tingkat *goodness of fit* dari model penelitian. Menurut Sanusi (2015) mendefinisikan ada beberapa alat uji model pada SEM yang terbagi menjadi tiga bagian, yaitu :

- a. *Absolute Fit Indices*
- b. *Incremental Fit Indices*
- c. *Parsimony Fit Indices*

*Absolute fit indices* (AFI) merupakan pengujian yang paling mendasar pada SEM dengan mengukur model fit secara keseluruhan baik model structural maupun model pengukuran secara bersamaan. Lebih spesifik untuk ukuran perbandingan model yang diajukan dengan model lain disebut *incremental fit indices*. Melakukan adjustment terhadap pengukuran fit untuk dapat diperbandingkan antar model penelitian disebut *Parsimony Fit Indices*. Dibawah ini merupakan indeks uji kesesuaian model pada SEM sebagai berikut:

- a. *Root means square errors of approximation* (RMSEA).

RSMEA merupakan akar dari rata-rata sisa kuadrat pada tingkat populasi. RSMEA menunjukkan *goodness of fit* yang diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Syarat nilai RSMEA agar model dapat diterima atau menunjukkan *close fit* adalah kurang dari atau sama dengan 0,08.

- b. RMR (*Root Mean Residual*)

Indeks ini dapat mewakili nilai rata-rata residual yang dapat diperoleh dengan mencocokkan matrix dan varian-kovarian dari model yang dihipotesiskan dengan matrix varian-kovarian data

sampel. Model yang mempunyai *goodness of fit* yang baik adalah yang memiliki nilai RMR <0.05.

c. CMIN/DF

Dihasilkan dari statistik chi-square (CMIN) dibagi yaitu dengan *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator –indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model. CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar  $\leq 2,00$  yang menunjukkan adanya penerimaan dari modelnya.

d. NFI (Normed Fit Index)

Indeks ini merupakan pengembangan dari NNFI. Nilai NFI berkisar antara 0 sampai 1.0, dengan nilai NFI  $\geq 0.90$  Menunjukkan *good fit* dan  $0.80 \leq \text{NFI} \leq 0.90$  adalah marginal fit.

e. NNFI (Non Normed Fit Index)

Dalam Indeks kesesuaian ini sebagai suatu saran untuk dapat mengevaluasi analisis faktor-faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. Nilai NNFI berkisar antara 0 sampai 1.0, dengan menggunakan nilai NNFI  $\geq 0.90$  menunjukkan *good fit* dan  $0.80 \leq \text{NNFI} \leq 0.90$  adalah marginal fit.

f. CFI (Comparative Fit Index)

Dalam Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik dalam mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks CFI berada pada rentang 0-1, semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat penerimaan model yang

paling tinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar  $\geq 0,95$ . Didalam pengujian model, indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sadan kurang dipengaruhi pula oleh kerumitan modelnya.

**Tabel III.3**  
*Goodness of Fit*

Goodness of fit Index	Kriteria
RMSEA	$\leq 0.08$
RMR	$\leq 0.05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
NFI	$\geq 0.90$
NNFI	$\geq 0.90$
GFI	$\geq 0.95$

Sumber : Sanusi, 2015

### 3.9 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji kesesuaian model, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis hubungan kausalitas variabel penelitian. Hasil uji hipotesis hubungan di antara variabel ditunjukkan dari nilai regression weight pada kolom (nilai) CR (di mana identik dengan t hitung) yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (di mana identik dengan t tabel) pada level signifikansi tertentu. Nilai kritis untuk ukuran sampel besar ( $n > 30$ ) dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0.05$  yaitu sebesar 1.96. Hubungan variabel yang memiliki t-values  $> 1.96$  dapat dikatakan signifikan dan hipotesis penelitian diterima. Sebaliknya, jika t-values  $< 1.96$  maka dapat dikatakan tidak.