

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat

Lokasi yang dipilih dalam melakukan penelitian ini adalah Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat. Alasan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan responden yang sesuai kriteria peneliti untuk melaksanakan penelitian di lokasi tersebut yaitu wisatawan yang berwisata edukasi di Saung Angklung Udjo, Bandung.



Gambar III.1
Logo Saung Angklung Udjo
Sumber: www.angklungudjo.com

Berdasarkan informasi yang didapat Penulis melalui kunjungan langsung, Saung Angklung Udjo merupakan sanggar seni yang dijadikan destinasi wisata edukasi bertajuk budaya yang terletak di Jalan Padasuka Nomor 118, kota Bandung. Saung Angklung Udjo didirikan pada tahun 1966 oleh Udjo Ngalagena atau yang akrab disebut Mang Udjo. Mang Udjo mendirikan Saung Angklung Udjo ini bersama istrinya, Uum Sumiati. Informasi tersebut Penulis

dapatkan langsung pada tanggal kunjungan 7 April 2019 dari lembar sinopsis yang diberikan petugas loket saat memasuki Saung Angklung Udjo.

Perjalanan menuju Saung Angklung Udjo dari Jakarta memakan waktu tempuh normal sekitar tiga jam. Sedangkan waktu tempuh menuju Saung Angklung Udjo jika diukur dari Gedung Sate yang merupakan salah satu pusat kota Bandung memakan waktu kurang lebih 30 menit. Sesampainya di sana, Penulis langsung menukarkan bukti reservasi tiket yang dipesan secara *online* melalui situs www.angklungudjo.com kepada petugas loket. Tidak hanya tiket, pengunjung juga mendapatkan satu lembar Sinopsis beserta miniatur angklung mini yang dapat dijadikan kalung sebagai cinderamata.

Harga tiket masuk untuk dapat menikmati wisata edukasi budaya di Saung Angklung Udjo sangat beragam. Kategori tiket dibedakan mulai dari jenis tiket wisatawan domestik hingga wisatawan mancanegara.

Tabel III.1
Harga Tiket Pengunjung Saung Angklung Udjo

	Kategori Waktu	Kategori Usia	Harga
Wisatawan Domestik	<i>Weekdays</i>	Anak-anak	Rp 50.000,00
		Dewasa	Rp 70.000,00
	<i>Weekend</i>	Anak-anak	Rp 55.000,00
		Dewasa	Rp 75.000,00
Wisatawan Mancanegara	<i>Weekdays</i>	Anak-anak	Rp 70.000,00
		Dewasa	Rp 110.000,00
	<i>Weekend</i>	Anak-anak	Rp 80.000,00
		Dewasa	Rp 120.000,00

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

Pada lembar sinopsis yang diperoleh pengunjung terdapat sejarah singkat Saung Angklung Udjo dan penjelasan mengenai setiap pertunjukan yang disuguhkan. Pertunjukan tersebut bertajuk *Bamboo Performance* yang berisi beberapa penampilan pendek yang dapat Penulis gambarkan seperti berikut:

1. Demonstrasi Wayang Golek.

Wayang Golek merupakan boneka kayu yang menyerupai badan manusia lengkap dengan kostumnya, yang pada mulanya sering dipentaskan sebagai bagian dari upacara-upacara adat dan dimainkan oleh seorang Dalang.

2. Upacara Helaran.

Helaran dimainkan untuk mengiringi upacara tradisional seperti khitanan ataupun upacara panen padi. Pada pementasan yang dilakukan Saung Angklung Udjo, demonstrasi Helaran adalah upacara yang mengiringi khitanan lengkap dengan anak laki-laki yang diceritakan sebagai anak yang dikhitan.

3. Tari Tradisional

Saung Angklung Udjo juga menyuguhkan tari tradisional yakni Tari Topeng yang dimainkan oleh dua orang penari cilik perempuan.

4. Bermain Angklung Bersama

Pengunjung dipersilakan untuk belajar memainkan angklung dan secara interaktif akan dipandu untuk dapat memainkan lagu bersama layaknya pemain angklung di sanggar Saung Angklung Udjo.

5. Menari Bersama

Menandai berakhirnya pertunjukan bambu tersebut, pengunjung diajak oleh putra-putri sanggar Saung Angklung Udjo untuk menari bersama pada lagu tradisional yang dimainkan. Hal ini menimbulkan kesan tersendiri yang dapat diingat oleh pengunjung pada pengalaman wisatanya.

Pertunjukan *Bamboo Performance* memiliki jadwal tersendiri. Berikut penulis cantumkan jadwal pertunjukan bambu di Saung Angklung Udjo:

Tabel III.2
Jadwal Pertunjukan *Bamboo Performance*

Hari	Waktu
Senin – Jumat	15.30 WIB
Sabtu	13.00 WIB dan 15.30 WIB
Minggu	10.00 WIB dan 15.30 WIB
Hari Libur Nasional (<i>Public Holiday</i>)	15.30 WIB

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)



Gambar III.2
Suasana Pertunjukan *Bamboo Performance*

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

Usai pertunjukan, pengunjung dapat melihat-lihat cinderamata yang terdapat di Bazaar Souvenir dekat pintu keluar pengunjung. Souvenir yang dijual kebanyakan terbuat dari bambu dan merupakan hasil kerajinan tangan.



Gambar III.3
Bazaar Souvenir

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

Sebagai salah satu upaya pelestarian seni dan budaya, Saung Angklung Udjo telah terbukti memberikan dampak yang positif bagi Indonesia. Hal ini diperkuat dengan apresiasi yang diberikan kepada Saung Angklung Udjo dari Kementerian Pariwisata Indonesia, pada Selasa tanggal 26 Januari 2016 di Jakarta. Penghargaan tersebut diberikan sebagai bentuk apresiasi terhadap kemenangan Saung Angklung Udjo dalam kategori “*Best ASEAN Cultural Preservation Effort*” di ajang ASEANTA Awards 2016 di Manila, Filipina pada hari Jumat tanggal 22 Januari 2016. Informasi ini didapatkan dari portal berita yang ditulis oleh Yudha (2018).

Hasil survei Penulis pada 7 April 2019 menghasilkan informasi bahwa Saung Angklung Udjo memiliki murid khusus sekolah budaya. Murid tersebut

adalah anak-anak yang belajar dengan rutin tanpa meninggalkan sekolah formal mereka. Khansa (10 tahun), merupakan salah satu murid sekolah budaya Saung Angklung Udjo yang setiap harinya sepulang sekolah formal, ia dan yang lainnya belajar dan berlatih menari untuk pentas. Tidak heran bahwa ketekunan inilah yang akhirnya dapat mengantarkan Saung Angklung Udjo pada penghargaan seperti ASEANTA Awards tersebut.

3.1.2 Waktu

Adapun rentang waktu pelaksanaan penelitian ini adalah antara bulan Februari 2019 hingga Agustus 2019.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sedarmayanti dan Hidayat (2011:27) mengemukakan penelitian kuantitatif sebagai suatu penelitian yang menjadikan ilmu yang terukur, ilmu yang valid, adanya penggunaan logika matematika serta pembuatan generalisasi atas rerata sebagai dasarnya. Metode ini pun disebut juga metode kuantitatif dikarenakan data-data penelitiannya yang berupa angka-angka. Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini menggunakan metode survei dengan melakukan penyebaran kuesioner terstruktur dan diberikan kepada responden yang sengaja dirancang supaya mendapatkan informasi yang spesifik.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *exploratory*, di mana menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:33) bertujuan untuk mencari sebab yang memengaruhi terjadinya sesuatu. *Exploratory* adalah pendekatan penelitian yang berguna untuk meneliti hal yang menarik perhatian peneliti di

mana belum diketahui, belum dikenali, dan belum dipahami dengan baik. Desain penelitian eksploratif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan utama memperoleh gambaran umum dan memahami situasi yang dihadapi oleh peneliti.

Hipotesis penelitian ini diuji menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Malhotra (2010:754) menjelaskan SEM sebagai prosedur dengan tujuan memperkirakan serangkaian hubungan ketergantungan antara satu kesatuan konsep atau konstruksi yang diwakili oleh variabel-variabel yang termasuk dalam model terintegrasi.

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Tiga variabel independent digunakan dalam penelitian ini, antara lain *travel motivation* sebagai variabel bebas X_1 , *destination image* sebagai variabel bebas X_2 , dan *memorable tourism experiences* sebagai variabel bebas X_3 , satu *variabel intervening* yakni *satisfaction* sebagai variabel *intervening* Y. Satu variabel dependen yaitu *revisit intention* sebagai variabel terikat Z.

3.3.1 Variabel Independen

Berdasarkan definisi yang dikemukakan Winarno (2013:28), variabel independen merupakan variabel yang diduga menjadi penyebab kemunculan variabel-variabel terikat. Dalam penelitian ini ada tiga variabel independen yakni *travel motivation* sebagai X_1 , *destination image* sebagai X_2 , dan *memorable tourism experiences* sebagai X_3 .

3.3.2 Variabel Dependen

Winarno (2013:28) menjelaskan bahwa variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel respon (*output*). Disebut variabel respon karena variabel ini muncul sebagai akibat dari adanya variabel-variabel yang dimanipulasikan dalam suatu penelitian. Sehingga variabel terikat menjadi faktor yang diamati dan diukur dalam penentuan ada atau tidaknya pengaruh dari variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *revisit intention* sebagai Z.

3.3.3 Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* menurut Winarno (2013:31) yaitu faktor yang secara teoritik memiliki pengaruh terhadap variabel terikat namun tidak terlihat hingga tidak bisa diukur. Terdapat satu variabel *intervening* dalam penelitian ini, yakni *satisfaction* sebagai Y.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Malhotra (2010:370), populasi merupakan gabungan dari keseluruhan elemen yang mempunyai serangkaian karakteristik serupa dan mencakup semesta guna kepentingan riset pemasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi target populasi adalah wisatawan yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat. Ukuran populasi dalam penelitian ini adalah populasi tak terhingga (*infinite population*), karena jumlah populasi di Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat tersebut tidak diketahui secara pasti oleh peneliti dan cenderung tidak terbatas.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:124) adalah kelompok kecil yang diamati dan menjadi bagian populasi hingga sifat dan karakteristik yang dimiliki populasi pun dimiliki pula oleh sampel. Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sekaran dan Bougie (2010:276) menjelaskan *purposive sampling* sebagai cara peneliti mendapatkan informasi dari orang-orang yang paling siap dan memenuhi kriteria untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Alasan penggunaan *purposive sampling* yakni untuk mendapatkan sampel yang memenuhi kriteria serta mewakili tujuan penelitian ini.

Penelitian ini memiliki karakteristik sampel yang dibutuhkan sebagai berikut:

- a. Wisatawan yang pernah berkunjung (minimal satu kali) ke Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat.
- b. Berusia antara 18 – 65 tahun

Peneliti menggunakan analisis *Structural Equation Model (SEM)* yang mempunyai jumlah minimum sampel yang dibutuhkan. Menurut Sanusi (2013:175) terdapat beberapa pedoman dalam penentuan ukuran sampel untuk analisis SEM, antara lain:

1. Teknik estimasi *maximum likelihood (ML)* memiliki ukuran sampel 100 – 200.
2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya yakni 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.

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

Berdasarkan pernyataan Sanusi tersebut, peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 250 responden. Dalam penelitian ini, yang dapat dijadikan responden adalah wisatawan yang pernah berkunjung (minimal satu kali) ke Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat.

Tabel III.3
Rekapitulasi Penelitian Relevan

Tinjauan Penelitian Terdahulu Penulis dan Tahun	Jumlah Sampel	Teknik Pemilihan Sampel	Tempat Penelitian	Metode
Rina Astini dan Indah Sulistiyowati, 2015	150	<i>Convenience Sampling</i>	Banten, Indonesia	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Jong-Hyeong Kim, 2018	301	<i>Purposive Sampling</i>	Kaohsiung International Airport, Taiwan	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Chun-Yang Wang, Maxwell K. Hsu, 2010	550	<i>Convenient Sampling</i>	Zhang-Jia-Jie, China	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Hongmei Zhang, Yan Wu, Dimitrios Buhalisc, 2018	261	<i>Convenient Sampling</i>	Huangshan City, China	<i>Partial Least Square (PLS) + Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Faizan Ali, Kisang Ryu & Kashif Hussain, 2016	296	<i>Purposive Sampling</i>	Terengganu dan Kedah, Malaysia	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Han Chen, Imran Rahman, 2018	320	<i>Online (MTurk)</i>	Amerika Serikat	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Feng-Hsiang Chang dan Chih-Yung Tsai, 2016	295	<i>Convenience Sampling</i>	Taiwan	<i>Partial Least Square (PLS)</i>

Usep Suhud dan Arifin Wibowo, 2016	200	<i>Convenience Sampling</i>	Jakarta	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Frederick Dayour, Charles Atanga Adongo, 2015	650	<i>Systematic Sampling</i>	Northern Ghana	<i>Ordinary Least Square</i>
Sri Astuti Pratminingsih, Christina Lipuringtyas Rudatin, dan Tetty Rimenta, 2014	268	<i>Convenience Sampling</i>	Bandung, Indonesia	<i>Multiple Regression</i>
Isnaini, P. R., Abdillah, Y. 2018	120	<i>Purposive Sampling</i>	Taman Rekreasi Selecta Kota Batu	<i>Path Analysis</i>
Assaker, G., Vinzi, V. E., O'Connor, P. 2011	450	<i>Online</i>	France, England, Germany	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Han, H., Hyun, S. 2018	286	<i>Online</i>	United States	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

3.5 Metode Pengumpulan Data

Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan data primer. Data primer menurut Malhotra (2010:73) yaitu data yang asalnya dari sumber data langsung atau khusus yang memberi data kepada pengumpul data agar masalah penelitian teratasi.

Data primer tersebut diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan kepada 250 responden yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat, guna memperoleh informasi mengenai variabel-variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.6.1 *Travel Motivation*

Definisi Konseptual: Hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan pemicu dari proses melakukan perjalanan wisata ke Saung Angklung Udjo.

Tabel III.4
Operasionalisasi Variabel *Travel Motivation*

No	Konsep	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
1	<i>Travel Motivation</i> (X_1) Suryadana dan Octavia (2015:77) menjelaskan motivasi perjalanan merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan pemicu dari proses melakukan perjalanan wisata	<i>To know different cultures/ways of life</i>	Mengetahui budaya yang berbeda melalui Saung Angklung Udjo	Khan <i>et al.</i> (2017)
			Mengetahui cara hidup berbeda melalui Saung Angklung Udjo	
2		<i>To travel for Intellectual improvement</i>	Mengunjungi Saung Angklung Udjo meningkatkan kecerdasan intelektual	
3		<i>To travel to know new, different places</i>	Mengetahui tempat baru karena mengunjungi Saung Angklung Udjo	
			Mengetahui tempat berbeda karena mengunjungi Saung Angklung Udjo	
4	<i>To travel for rest and relaxation purpose</i>	Mengunjungi Saung Angklung Udjo untuk beristirahat		
		Mengunjungi Saung Angklung Udjo untuk berelaksasi		
5	<i>To travel to seek adventure and pleasure</i>	Mengunjungi Saung Angklung Udjo agar mendapatkan petualangan		
		Mengunjungi Saung Angklung Udjo agar mendapatkan kesenangan		

6		<i>To travel to seek diversion and entertainment</i>	Mengunjungi Saung Angklung Udjo sebagai pengalihan kehidupan sehari-hari	
			Mengunjungi Saung Angklung Udjo untuk mendapatkan hiburan	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

3.6.2 Destination Image

Definisi Konseptual: *Destination Image* memiliki arti sebagai serangkaian kesan, gagasan, harapan, serta pemikiran emosional yang dimiliki seseorang tentang Saung Angklung Udjo.

Tabel III.5
Operasionalisasi Variabel *Destination Image*

No	Konsep	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
1	<i>Destination Image (X₂)</i> Menurut Stylos <i>et al.</i> (2016:5) memiliki arti sebagai serangkaian kesan, gagasan, harapan, serta pemikiran emosional yang dimiliki seseorang tentang destinasi.	<i>The CFD event has a photogenic city landscape</i>	Saung Angklung Udjo memiliki pemandangan yang fotogenik	Suhud <i>et al.</i> (2017)
2		<i>The buildings that I see in the CFD event are different from the buildings elsewhere</i>	Bangunan di Saung Angklung Udjo berbeda dengan tempat lain	
3		<i>Many interesting spots in the CFD events to visit</i>	Banyak tempat menarik di Saung Angklung Udjo untuk disinggahi	
4		<i>Visiting the CFD events is really an adventure</i>	Mengunjungi Saung Angklung Udjo benar-benar sebuah petualangan	
5		<i>The CFD events are the best place for selfie</i>	Saung Angklung Udjo adalah tempat terbaik untuk berswafoto	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

3.6.3 Memorable Tourism Experiences

Deskripsi Konseptual: *Memorable Tourism Experiences* merupakan pengalaman pariwisata yang diingat dan diingat kembali secara positif setelah berkunjung ke Saung Angklung Udjo.

Tabel III.6
Operasionalisasi Variabel *Memorable Tourism Experiences*

No	Konsep	Indikator Asli	Indikator	Sumber
1	<i>Memorable Tourism Experiences (X3)</i> adalah pengalaman pariwisata yang diingat dan diingat kembali secara positif saat kegiatan telah terjadi. Kim dan McCormick (2012:7)	<i>I really enjoyed this tourism experience</i>	Saya sangat menikmati pengalaman wisata di Saung Angklung Udjo	Kim (2018)
2		<i>I revitalized through this tourism experience</i>	Berwisata di Saung Angklung Udjo dapat merevitalisasi diri saya	
3		<i>I learned something about myself from this tourism experience</i>	Saya mempelajari sesuatu dari pengalaman wisata edukasi budaya di Saung Angklung Udjo	
4		<i>I had a chance to closely experience the local culture of a destination area</i>	Saya berkesempatan merasakan budaya lokal di Saung Angklung Udjo	
5		<i>I experienced something new (e.g., food, activity, etc) during this tourism experience</i>	Saya mengalami sesuatu hal yang baru selama wisata di Saung Angklung Udjo	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

3.6.4 Satisfaction

Definisi Konseptual: *Satisfaction* merupakan penilaian pengunjung mengenai Saung Angklung Udjo tentang apakah Saung Angklung Udjo telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengunjung.

Tabel III.7
Operasionalisasi Variabel *Satisfaction*

No	Konsep	Indikator Asli	Indikator	Sumber
1	<p><i>Satisfaction (Y)</i> Zeithaml <i>et al.</i> (2009:104) menjelaskan <i>satisfaction</i> sebagai penilaian konsumen mengenai produk atau jasa mengenai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen.</p>	<i>I was pleased to dine in at this restaurant</i>	Saya senang mengunjungi Saung Angklung Udjo	Suhud dan Wibowo (2016)
2		<i>I think I made the correct decision to attend this restaurant</i>	Saya rasa saya membuat keputusan yang benar untuk mengunjungi Saung Angklung Udjo	
3		<i>The overall feeling I got from this restaurant was satisfying</i>	Keseluruhan perasaan yang saya dapat dari mengunjungi Saung Angklung Udjo sangat memuaskan	
4		<i>The overall feeling I got from this restaurant put me in a good mood</i>	Keseluruhan perasaan yang saya dapat dari mengunjungi Saung Angklung Udjo membuat suasana hati terasa nyaman	
5		<i>I really enjoyed myself at this restaurant</i>	Saya sangat menikmati kunjungan di Saung Angklung Udjo	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

3.6.5 *Revisit Intention*

Deskripsi Konseptual: *Revisit Intention* adalah tindakan positif wisatawan sebagai respons setelah mengunjungi Saung Angklung Udjo, Bandung, yang mungkin menimbulkan niat untuk mengunjunginya kembali.

Tabel III.8
Operasionalisasi Variabel *Revisit Intention*

No	Konsep	Indikator Asli	Indikator	Sumber
1	<i>Revisit Intention (Z)</i> adalah tindakan positif	<i>I would like to come back to this restaurant in the future</i>	Saya akan berkunjung kembali ke Saung Angklung Udjo di masa depan	Suhud dan Wibowo (2016)
2	wisatawan sebagai respons setelah mengunjungi tempat tertentu	<i>I would recommend this restaurant to my friends or others</i>	Saya akan merekomendasikan Saung Angklung Udjo kepada orang lain	
3	yang mungkin menimbulkan niat untuk mengunjungi	<i>I would more frequently visit this restaurant</i>	Saya akan mengunjungi Saung Angklung Udjo lebih sering lagi	
4	kembali tempat tersebut. Anas (2018:2300)	<i>I would consider dining in this restaurant</i>	Saya akan mempertimbangkan berkunjung di Saung Angklung Udjo	
5		<i>I would say positive things about this restaurant to others</i>	Saya akan berkata hal-hal positif tentang Saung Angklung Udjo kepada orang lain	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner penelitian ini adalah skala Likert. Malhotra (2010:298) menjelaskan skala pengukuran Likert sebagai skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” di mana responden perlu mengindikasikan tingkat ketidaksetujuan atau kesetujuan terhadap masing-masing pertanyaan yang terhubung dengan objek stimulus. Namun skala yang digunakan untuk penelitian ini adalah skala Likert genap menurut Sukardi (2015:147), dengan kategori genap seperti empat pilihan, enam pilihan, atau delapan pilihan. 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. Hal ini didukung oleh pernyataan Hadi dalam Gumilar (2013:40), di mana penggunaan skala Likert genap dimaksudkan untuk menghindari kategori jawaban di tengah yang bisa bermakna ganda. Kategori ini tidak diharapkan dalam instrument karena dapat menimbulkan *central tendency effect*, di mana responden menjadi ragu-ragu dan bisa menghilangkan banyak data penelitian, hingga dapat mengurangi informasi yang sebenarnya dapat diperoleh dari responden.

Adapun nilai-nilai dari tiap skala tersebut adalah:

Tabel III.9
Kriteria Jawaban Skala Likert

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

Sumber: Sukardi (2015)

3.8 Teknik Analisis Data

Tujuan teknik analisis data adalah agar dapat menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari seluruh data yang berhasil dikumpulkan. Data hasil penelitian ini diolah dan dianalisis menggunakan *software* SPSS versi 22 dan *SEM* yang terdapat pada *software* LISREL versi 8.8. Penggunaan *SEM* dipilih karena dinilai lebih akurat, di mana peneliti tidak hanya bisa mengetahui hubungan antar variabel atau konstruk, namun juga dapat mengetahui

komponen-komponen yang membentuk variabel atau konstruk tersebut serta mengetahui besarannya.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif berguna untuk menggambarkan keadaan data secara umum. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam penelitian ini antara lain dengan penyajian berupa tabel atau grafik. Perhitungan data dengan menggunakan frekuensi dan persentase.

3.8.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan agar dapat memvalidasi kelayakan pertanyaan-pertanyaan yang mendefinisikan variabel-variabel yang diuji. Hair *et al.* (2010:8) menjelaskan validitas sebagai tingkatan derajat yang mengukur ketelitian mewakili sesuatu yang seharusnya. Validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang bisa digunakan dengan tujuan mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut bisa menunjukkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan uji *Pearson*. Nilai *Pearson* akan dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga pernyataan dianggap valid. Begitu pula sebaliknya, jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel maka pernyataan dianggap tidak valid.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur handalnya suatu kuesioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Hair *et al.* (2010:8) menjelaskan uji reliabilitas sebagai uji untuk mengetahui sejauh mana variabel yang diamati

mengukur nilai “benar” dan “bebas dari kesalahan”. Kuesioner bisa dinyatakan reliabel jika instrumen-instrumen yang ada tetap konsisten atau stabil pada hasil yang relatif sama walaupun pengukuran tersebut diulang kembali. Batasan tertentu digunakan dalam pengujian seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 dapat dikatakan baik.

Uji reliabilitas dilakukan dengan mengamati nilai *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* menunjukkan seberapa baik *item* saling berkorelasi secara positif satu sama lain. Rumus reliabilitas dalam metode *Cronbach's Alpha* adalah:

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

Keterangan:

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

σb^2 : jumlah varians butir

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

3.8.4 Kesesuaian Model

Terdapat beberapa langkah yang dilakukan untuk menyatakan kelayakan model SEM. Pertama, dengan menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak dapat terjadi pada bagian model pengukuran atau pada model struktural. Langkah berikutnya dengan 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 adalah 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*, yakni ukuran untuk mengevaluasi *fit*-nya model secara keseluruhan dan menilai besarnya perbedaan antar sampel serta matriks kovarians. Model dinyatakan *perfect fit* jika nilai *chi square* sama dengan nol.
2. *Goodness of Fit Index* (GFI) menunjukkan tingkat ketepatan suatu model dalam menghasilkan matriks kovarian yang diamati. Model dinyatakan *fit* apabila nilai $GFI \geq 0,9$.
3. *Root Mean Square Residual* (RMSR) merupakan rata-rata residual antara matriks kovarians atau korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Model dinyatakan *good fit* jika nilai RMSR kurang dari 0,05 ($RMSR < 0,05$).
4. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Suatu model dinyatakan *close fit* jika memiliki nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0,05 dan suatu model dinyatakan *good fit* jika memiliki nilai RMSEA, $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$.

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

1. *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI), yakni modifikasi dari GFI untuk *degree of freedom* (df) dalam model. Suatu model dikatakan *good fit* jika 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) atau 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* jika mempunyai nilai $TLI \geq 0,9$, dan dikatakan *marginal fit* jika memiliki nilai $TLI (0,8 \leq TLI \leq 0,9)$.
3. *Comparative Fit Index* (CFI), yang merupakan bentuk revisi dari NFI yang memperhitungkan ukuran sampel dan dapat menguji dengan baik, bahkan jika ukuran sampelnya kecil. Nilai CFI berkisar antara 0 sampai 1. Suatu model dikatakan *good fit* jika memiliki nilai CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($CFI \geq 0,9$) dan dikatakan *marginal fit* jika ($0,8 \leq CFI \leq 0,9$).

Setelah melakukan *Incremental Fit Indicates*, selanjutnya *Parsimonious Fit Measures* yang fungsinya untuk melakukan *adjustment* terhadap pengukuran *fit* agar dapat dilakukan perbandingan antar model penelitian. Dengan demikian, indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti pada Tabel III.10 berikut:

Tabel III.10
Goodness of Fit Indices

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

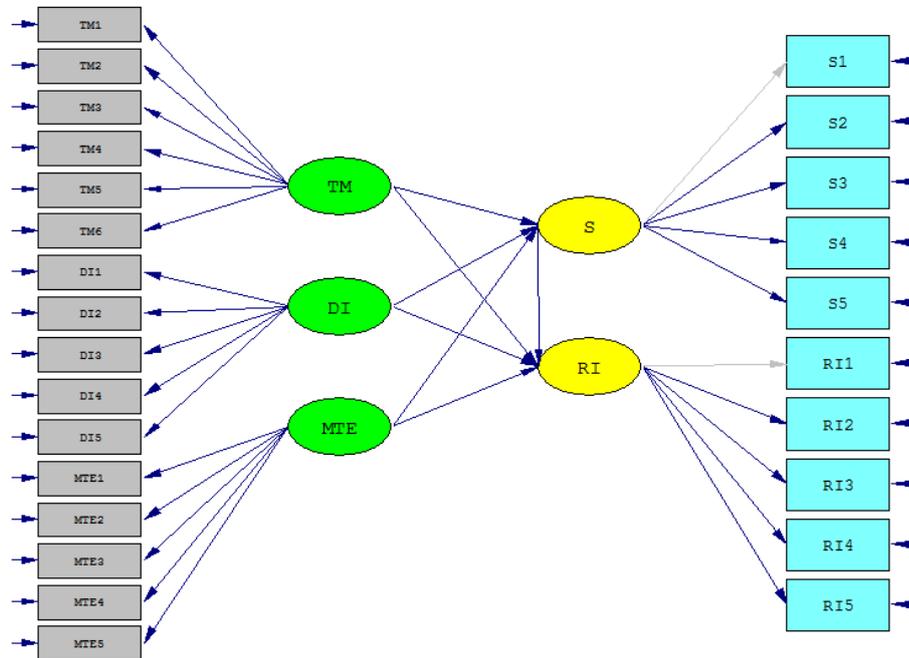
Sumber: Sarjono dan Julianita (2015)

3.8.5 Pengujian Hipotesis

Hasil uji hipotesis hubungan antara variabel ditunjukkan dari nilai *standardized total effects* di mana hasil dari analisis data akan menunjukkan seberapa besar pengaruh atau hubungan antar variabel.

Kriteria pengujian dengan memperhatikan *t-values* antar variabel yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (ttabel). Nilai kritis untuk ukuran sampel besar ($n > 30$) dengan taraf $\alpha = 0,05$ yaitu sebesar 1,96. Hubungan variabel yang memiliki *t-values* $> 1,96$ dapat dikatakan signifikan.

3.9 Model SEM



Gambar III.4
Diagram Konseptual *Full Model*
Sumber: Diolah oleh peneliti (2019)