

## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian adalah bingkai kerja atau cetak biru guna melaksanakan penelitian (Malhotra, 2009: 89). Rancangan penelitian merinci prosedur penting untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menyusun dan atau memecahkan masalah. Rancangan penelitian yang baik umumnya terdiri dari komponen atau tugas-tugas berikut:

1. Mendefinisikan informasi yang dibutuhkan. Tugas ini berhubungan dengan metode untuk merumuskan masalah berdasarkan kajian teoretis, kajian hasil-hasil penelitian terdahulu dan fakta dari peristiwa-peristiwa yang terjadi.
2. Merancang tahapan penelitian. Penelitian ini adalah penelitian eksplanasi yang menggambarkan sifat hubungan kausal antar variabel sehingga memudahkan untuk memahami mana variabel yang memengaruhi (variabel independen) dan mana variabel akibat atau yang dipengaruhi (variabel dependen).
3. Membuat spesifikasi prosedur pengukuran dan penetapan skala. Sifat penelitian eksplanatori membutuhkan data kuantitatif. Kuesioner yang digunakan untuk mendapatkan data menggunakan skala Likert dengan 5 kategori pilihan jawaban.
4. Membuat kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan variabel penelitian yang diukur dengan masing-masing indikator, kemudian dirumuskan menjadi pernyataan-pernyataan, kemudian diuji validitas dan reliabilitas pada 30 sampel.
5. Menguraikan proses sampling. Penentuan besarnya sampel menggunakan rumus Slovin dan teknik penentuan sampel menggunakan sampel acak proporsional.
6. Mengembangkan rencana analisis data. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diolah dan dianalisis menggunakan SPSS versi 20 dan hipotesis diuji menggunakan model persamaan struktural (SEM) dengan bantuan program AMOS versi 20.

## 4.2. Populasi dan Sampel

### 4.2.1. Populasi

Ferdinand (2014:171) menjelaskan bahwa populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Berdasarkan pendapat di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Perguruan Tinggi di Kota Kupang sebanyak 3.666 orang, secara rinci disajikan pada Tabel 4.1.

**Tabel 4.1.**  
**Nama Perguruan Tinggi dan Jumlah Karyawan**

No.	Nama Perguruan Tinggi	Jumlah Karyawan		Total
		Dosen	Pegawai	
1.	Universitas Nusa Cendana	841	309	1.150
2.	Univ Kristen Artha Wacana	134	76	210
3.	Univ. Katholik Widya Mandira	115	110	225
4.	Univ. Muhammadiyah Kupang	107	35	142
5.	Univ. Persatuan Guru 1945	267	104	371
6.	Universitas Terbuka	8	13	21
7.	Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen	10	12	22
8.	STIE Oemathonis	18	16	34
9.	STAK Negeri	111	74	185
10.	Stikes Nusantara Kupang	21	11	32
11.	Stikes CHMK	52	38	90
12.	STIKIP CBN	23	1	24
13.	STIBA Mentari Kupang	6	4	10
14.	STIBA CN Kupang	10	15	25
15.	STIKOM Uyelindo Kupang	25	49	74
16.	STIMIK	10	5	15
17.	Politeknik Negeri Kupang	167	147	314
18.	Politani Negeri Kupang	152	181	333
19.	Politeknik Kesehatan Kupang	166	117	283
20.	AKUB Effata	12	3	15
21.	Akademi Teknik Kupang	12	7	19
22.	Akademi Pekerja Sosial Kupang	18	15	33
23.	Akademi Pariwisata Kupang	14	5	19
24.	AKOPIN Ratu Jelita	7	3	10
	<b>Total</b>	<b>2.306</b>	<b>1.360</b>	<b>3.666</b>

Sumber data: Kota Kupang dalam Angka 2017 dan Data Primer

## 4.2.2. Sampel

### 4.2.2.1. Penentuan Besarnya Sampel Penelitian

Unit analisis atau populasi dalam penelitian ini adalah 3.666 karyawan perguruan tinggi di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) yang terdiri dari 2.306 dosen (tenaga akademik) dan 1.360 pegawai (tenaga non akademik), pada 24 perguruan tinggi yaitu: 6 Universitas, 10 Sekolah Tinggi, 3 Politeknik dan 5 Akademi.

Berdasarkan populasi yang ada, maka ditentukan sampel penelitian atau unit pengamatan yaitu sebagian dari populasi karyawan perguruan tinggi di Kota Kupang. Ferdinand (2014:171,173) mengatakan bahwa sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Ditegaskan pula bahwa ukuran sampel yang lebih dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian.

### 4.2.2.2. Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

Unit pengamatan atau sampel dalam penelitian ini, ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin (Ferdinand, 2013: 174) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2} = \frac{3666}{1 + 3666(0,05)^2} = \frac{3666}{1 + 3666(0,0025)}$$

$$n = \frac{3666}{1 + 9,17} = \frac{3666}{10,17} = 360,47 \text{ dibulatkan menjadi } 360$$

dimana: n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

d = tingkat kesalahan (5%)

Berdasarkan rumus ini, diperoleh jumlah kecukupan sampel yaitu 360 responden dari 24 perguruan tinggi di Kota Kupang terdiri dari: 211 dari Universitas, 48 dari Sekolah Tinggi, 92 dari Politeknik dan 9 dari Akademi. Pengambilan sampel dilakukan secara acak proporsional (*proportional random sampling*). Secara rinci disajikan pada tabel 4.2.

**Tabel 4.2.**  
**Populasi dan Sampel Penelitian**

No.	Nama Perguruan Tinggi	Populasi	Sampel	Jumlah Distribusi Kuesioner
1.	Universitas Nusa Cendana	1150	115	121
2.	Universitas Kristen Artha Wacana	210	21	25
3.	Universitas Katolik Widya Mandira	225	22	25
4.	Universitas Muhammadiyah Kupang	142	14	17
5.	Universitas Persatuan Guru 1945	371	37	42
6.	Universitas Terbuka	21	2	2
7.	Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen	22	2	2
8.	STIE Oemathonis	34	3	3
9.	STAK Negeri	185	18	20
10.	Stikes Nusantara Kupang	32	3	3
11.	Stikes CHMK	90	9	10
12.	STIKIP CBN	24	2	2
13.	STIBA Mentari Kupang	10	1	1
14.	STIBA CN Kupang	25	2	2
15.	STIKOM Uyelindo Kupang	74	7	8
16.	STIMIK	15	1	1
17.	Politeknik Negeri Kupang	314	31	36
18.	Politani Negeri Kupang	333	33	38
19.	Politeknik Kesehatan Kupang	283	28	33
20.	AKUB Effata	15	1	1
21.	Akademi Teknik Kupang	19	2	2
22.	Akademi Pekerja Sosial Kupang	33	3	3
23.	Akademi Pariwisata Kupang	19	2	2
24.	AKOPIN Ratu Jelita	10	1	1
	Total	3.666	360	400

Sumber data: Kota Kupang dalam Angka 2017 dan Data Primer

### 4.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### 4.3.1. Identifikasi Variabel Penelitian

Berdasarkan kajian teoritis dan kajian empiris yang telah dikemukakan, maka variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua variabel yaitu variabel eksogen dan variabel endogen.

- a. Variabel eksogen adalah variabel penyebab yaitu variabel yang tidak dipengaruhi variabel sebelumnya. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel eksogen dengan notasi yaitu: kualitas layanan (X)

- b. Variabel intervening adalah variabel yang dipengaruhi variabel sebelumnya dan mempengaruhi variabel-variabel sesudahnya. Ada 3 variabel intervening yaitu: kepuasan konsumen ( $Z_1$ ), *word of mouth* ( $Z_2$ ) dan kepercayaan merek ( $Z_3$ ).
- c. Variabel endogen adalah variabel akibat yaitu variabel yang dipengaruhi variabel eksogen baik langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini menggunakan 1 variabel endogen yaitu keputusan memilih (Y)

#### 4.3.2. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan lima variabel, dan untuk membedakan makna variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan variabel-variabel yang sama yang digunakan dalam penelitian lain, maka perlu didefinisikan masing-masing variabel sesuai dengan konteks penelitian saat ini. Definisi operasional variabel-variabel yang digunakan sebagai berikut:

##### 1. Variabel eksogen: Kualitas Layanan (X)

Kualitas layanan dalam penelitian adalah perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja layanan aktual yang diterima. (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985; Lupiyoadi dan Hamdani, 2006; dan Tjiptono dan Chandra, 2016). Variabel ini dapat diamati melalui lima dimensi yaitu:

- a. Bukti fisik, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, material, dan perlengkapan kantor yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.
- b. Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- c. Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.
- d. Jaminan yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya, yang berarti juga para karyawan selalu bersikap sopan dan

menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau keluhan pelanggan.

e. Empati berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

## 2. Variabel Intervening: Kepuasan Konsumen ( $Z_1$ )

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan atas produk atau jasa perbankan (Kotler dan Keller, 2012; Tjiptono dan Chandra, 2016). Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diamati dari empat indikator:

- a. Puas terhadap produk perbankan, menunjukkan sikap positif atas produk perbankan yang disediakan berupa: tabungan, pinjaman, deposito, kartu debit, dan kartu kredit.
- b. Puas terhadap fasilitas bank yang tersedia, menunjukkan sikap positif terhadap ketersediaan fasilitas fisik bank yang kelihatan saat transaksi seperti: ruang kantor, kursi, meja, perlengkapan kantor, tempat parkir, brosur/leaflet.
- c. Puas terhadap layanan karyawan bank, menunjukkan sikap positif terhadap layanan karyawan bank saat bertransaksi, cara melayani, menyapa.
- d. Puas terhadap reputasi bank, menunjukkan sikap positif terhadap nama bank.

## 3. Variabel intervening: *Word of Mouth* ( $Z_2$ )

*Word of mouth* (WOM) dalam penelitian ini adalah suatu bentuk promosi berupa rekomendasi dari mulut ke mulut tentang pengalaman setelah menggunakan jasa perbankan (Kotler dan Keller, 2012; Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). WOM dapat diamati melalui 3 indikator:

- a. Berkata positif, berkenaan dengan pengalaman positif yang dialami setelah menggunakan jasa bank dan dikomunikasikan kepada orang lain.
- b. Mendorong, berkenaan dengan menginformasikan kepada orang lain agar memahami produk dan jasa bank yang membanggakan.

c. Merekomendasikan, berkaitan dengan upaya pelanggan untuk mengajak orang lain menggunakan jasa bank yang sama.

#### 4. Variabel intervening: Kepercayaan Merek ( $Z_3$ )

Kepercayaan merek dalam penelitian ini adalah sebuah perilaku kerelaan konsumen pada umumnya untuk bergantung pada kemampuan merek tersebut menggambarkan fungsi produknya (Chaudhuri dan Holbrook, 2001; Delgado dan Manuera 2001). Kepercayaan merek dapat diamati melalui 5 indikator:

a. Percaya pada merek, berkaitan dengan kehandalan merek yang bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan atau persepsi bahwa merek tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan.

b. Mengandalkan pada merek, berkaitan dengan keyakinan konsumen bahwa merek tersebut mampu mengutamakan kepentingan konsumen ketika masalah dalam konsumsi produk muncul secara tidak terduga.

c. Tulus pada merek, berkenaan dengan konsumen yang melakukan penilaian sebelum membeli, dan karakteristik merek yang berkaitan dengan kepercayaan merek meliputi: dapat diramalkan, mempunyai reputasi, dan kompeten.

d. Merek sesuai harapan saya, tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek dan pengetahuan konsumen tentang perusahaan yang ada di balik merek.

e. Merek adalah aman, meliputi kemiripan antara konsep emosional konsumen dengan kepribadian merek, kesukaan terhadap merek, dan pengalaman terhadap merek.

#### 5. Variabel endogen: Keputusan Memilih (Y)

Keputusan memilih dalam penelitian ini proses integritas yang dilakukan untuk mengombinasikan pengetahuan guna mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya (Kotler dan Keller, 2012; Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C, 2013). Keputusan memilih dapat diamati dari indikator:

- a. Produk perbankan, berkaitan dengan semua produk yang disediakan bank untuk ditawarkan kepada konsumen meliputi: tabungan, deposito, pinjaman, kartu debit, dan kartu kredit.
- b. Merek/nama bank, berkaitan dengan suatu nama, istilah, tanda lambang atau disain atau gabungan semua yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dari penyedia, dan diharapkan akan membedakan barang atau jasa dari produk-produk milik pesaing.
- c. Jenis produk, berkaitan dengan keragaman masing-masing produk yang disediakan bank agar mempermudah konsumen memilih sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- d. Jumlah setoran/angsuran, meliputi jumlah dana yang akan disetorkan ke bank baik berupa tabungan maupun angsuran pinjaman dan jenis tabungan lainnya.
- e. Frekuensi kunjungan bank, meliputi intensitas konsumen untuk pergi ke bank untuk menyelesaikan kewajiban menabung, setor angsuran atau lainnya yang berhubungan dengan bank.

#### **4.4. Jenis Data dan Sumber Data**

Kuncoro (2013:145) mengatakan bahwa data adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan. Data ini perlu disusun dan disimpan dengan menggunakan metode tertentu, sehingga jika sewaktu-waktu diperlukan segera dapat dicari kembali dengan mudah dan cepat.

##### **4.4.1. Jenis Data**

Data diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel (atau populasi). Semua data yang pada gilirannya merupakan variabel yang diukur, dapat diklasifikasikan menjadi data kuantitatif dan data kualitatif (Kuncoro, 2013:145).

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik, data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik, namun karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya

dikuantitatifkan agar dapat diproses lebih lanjut dengan cara mengklasifikasikan dalam bentuk kategori.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan menggunakan skala *Likert* yang dikelompokkan menjadi 5 kategori mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

#### **4.4.2. Sumber data**

Berdasarkan sumbernya menurut Hanke dan Reitsch, (1998 dalam Kuncoro, 2013:148), data umumnya berasal dari internal dan eksternal, data primer dan sekunder. Untuk kepentingan penelitian ini, maka jenis data yang dibutuhkan adalah data primer yang dikumpulkan langsung dari lapangan melalui penyebaran kuesioner. Kuncoro (2013; 157) menyatakan bahwa pengumpulan data primer (PDP) merupakan pilihan yang tidak dapat ditawarkan karena merupakan bagian integral dari proses penelitian yang diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan.

#### **4.5. Teknik Pengumpulan Data**

Semua data yang dibutuhkan akan diambil melalui tahapan yang dimulai dari merancang kuesioner yang berhubungan dengan variabel penelitian, kemudian menyebarkan kepada responden yang dituju untuk diisi dan kemudian dikumpulkan kembali kepada peneliti. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah teknik survei. Wawancara diperlukan untuk melengkapi kebutuhan akan tambahan informasi tertentu dari responden.

#### **4.6. Instrumen Penelitian dan Variabel Penelitian**

##### **4.6.1. Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini daftar pertanyaan atau kuesioner yang akan disusun oleh penulis dan dibagi dalam dua bagian yaitu:

a. Bagian yang digunakan untuk merekam karakteristik pribadi responden meliputi berbagai elemen demografis seperti: nama, umur, status pegawai, lama bekerja, pendidikan tertinggi, lama menjadi nasabah, dan produk perbankan yang dimiliki.

b. Bagian yang berisi seluruh indikator dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, untuk merekam data-data yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian dan mencapai tujuan penelitian.

#### **4.6.2. Variabel Penelitian**

Untuk memudahkan penelitian, penulis menjabarkan setiap variabel yang digunakan menjadi indikator yang selanjutnya diturunkan lagi menjadi item-item pernyataan yang akan digunakan untuk menghimpun semua informasi berkaitan dengan proses pengumpulan data penelitian. Variabel dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Kualitas layanan diukur menggunakan 5 dimensi dari Parasuraman *et al.* (1985, 1988) yakni bukti fisik (8 item), kehandalan (5item), daya tanggap (5 item), jaminan (4 item) dan empati (5 item).
- 2) Kepuasan konsumen diukur menggunakan 4 indikator dari Kotler dan Keller (2012) dan Tjiptono dan Chandra, (2016) yakni puas atas produk perbankan (6 item), layanan perbankan (6 item), fasilitas perbankan (8 item) dan reputasi bank (4 item).
- 3) *Word of mouth* diukur menggunakan 3 indikator dari Kotler dan Keller (2012) dan Lupiyoadi dan Hamdani (2006) yakni berkata positif (5 item), mendorong (4 item) dan merekomendasikan (4 item).
- 4) Kepercayaan merek diukur menggunakan 5 indikator dari Chaudhuri dan Holbrook, (2001); Delgado dan Manuera, (2001) yakni percaya pada merek (4 item), mengandalkan pada merek (3 item), tulus pada merek (4 item), merek sesuai harapan (4 item), dan merek adalah aman (3 item).
- 5) Keputusan memilih diukur menggunakan 5 indikator dari Kotler dan Keller, (2012) dan Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C, (2013) yakni produk perbankan (5 item), merek/nama bank (8 item), jenis produk (6 item), jumlah setoran/angsuran (3 item), dan frekuensi kunjungan bank (7 item).

#### **4.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Daftar pernyataan pada penelitian ini dibuat sebagai instrumen penelitian yang disusun berdasarkan pada variabel-variabel penelitian yang digunakan yang

merupakan pengukuran terhadap fenomena sosial yang pada prinsipnya akan menggunakan alat ukur secara spesifik berisi butir-butir pernyataan.

#### **4.7.1. Uji Validitas**

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat, karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Validitas dibedakan menjadi tiga macam (Kuncoro, 2013:172) yaitu:

- 1) validitas isi (*content validity*) yang memastikan bahwa ukuran telah cukup memasukkan sejumlah item yang representatif dalam menyusun sebuah konsep;
- 2) validitas yang berkaitan dengan kriteria (*criterion-related validity*) yaitu validitas yang berkaitan dengan kriteria terjadi ketika sebuah ukuran membedakan individual pada kriteria yang akan diperkirakan;
- 3) validitas konstruk (*construct validity*) yaitu membuktikan seberapa bagus hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran sesuai dengan teori di mana pengujian dirancang.

Uji validitas diperlukan untuk mengetahui sejauh mana item pernyataan dapat mengukur setiap indikator pada tiap variabel yang diteliti dengan menggunakan *correlation product moment pearson* terkoreksi, dan dikatakan valid bila koefisien  $r$  lebih besar dari  $r$  tabel dan sebaliknya. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20.

#### **4.7.2. Uji Reliabilitas**

Berbeda dengan uji validitas, maka uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui kehandalan (konsistensi) instrumen (alat ukur) berupa kuesioner. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's alpha*, dan dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai *cronbach's alpha*  $> 0,60$  (Kuncoro, 2013: 181).

## **4.8. Teknik Analisis Data**

### **4.8.1. Konsep Dasar Pemodelan dalam Penelitian**

Sebelum memulai analisis, maka pertama-tama harus didesain konsep dasar yang merupakan model penelitian agar nampak jelas alur keterkaitan antar konsep yang digunakan dalam penelitian ini dan bagaimana menganalisis untuk menjawab masalah penelitian yang dirumuskan. Berkaitan dengan penelitian disertasi yang merupakan multidimensi, maka dibutuhkan model yang baik sebagai alat agar mampu mengakomodasi penelitian multidimensi. Kemudian dalam menganalisis jawaban respon yang diperoleh melalui kuesioner, maka harus melewati tahapan penyuntingan data yaitu proses yang bertujuan agar data yang dikumpulkan memberikan kejelasan, dapat dibaca, konsisten dan lengkap (Kuncoro, 2013:191).

Berdasarkan rumusan masalah penelitian pada bab I, telaah pustaka, kerangka proses berfikir dan kerangka konseptual, maka model yang cocok untuk menjawab persoalan penelitian adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Dalam SEM, variabel konstruk diukur melalui konsep abstrak yang dapat langsung diukur/*observed variables* (Ferdinand, 2014:46).

Kelebihan pemilihan SEM karena SEM merupakan pendekatan yang terintegrasi antara analisis data dan konstruksi konsep. Peneliti dapat melakukan pengujian model (struktur hubungan antar variabel) yang telah ada justifikasi teoritisnya ataupun pengembangan struktur hubungan baru sehingga diperoleh model baru.

### **4.8.2. Analisis Kuantitatif**

Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini adalah Model Persamaan Struktural/*Structural Equation Modelling* (SEM). Variabel-variabel yang teramati atau disebut indikator-indikator meng-gambarkan satu variabel laten (*latent dimension*) yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, kecuali diukur dengan satu atau lebih variabel manifes.

SEM merupakan teknik statistik multivariat yaitu kombinasi antara analisis faktor dengan analisis regresi (korelasi) yang bertujuan untuk menguji hubungan-

hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu indikator dengan konstruksya maupun hubungan antar konstruk. Dari pengertian ini, maka SEM lebih digunakan untuk melakukan analisis konfirmatori (*confirmatory analysis*) daripada *explanatory analysis*. Jadi sebuah model dibangun berdasarkan teori tertentu, sedangkan SEM digunakan untuk menguji apakah model tersebut diterima atau ditolak (Ferdinand, 2014:47).

Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dipakai untuk menjelaskan fenomena dalam penelitian dengan SEM. Alat analisis ini dipilih oleh karena dengan menggunakan SEM akan dapat diketahui pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung secara bersamaan. SEM merupakan suatu metode statistik yang banyak digunakan karena menggunakan pendekatan *hypothesis testing* atau dikenal dengan istilah konformaton yang mengandung dua aspek penting yaitu: proses yang dikaji, ditampilkan dalam bentuk persamaan struktural (regresi) dan relasi struktural dari persamaan yang dapat dibuat model secara visual, sehingga memudahkan konseptualisasi suatu teori yang akan dikaji.

Untuk menguji hubungan antar dimensi atau variabel menurut Ferdinand (2014: 67), digunakan uji kesesuaian model dengan melihat beberapa kriteria berikut:

1. *Chi Square Statistic* ( $\chi^2$ ), merupakan alat uji paling fundamental untuk mengukur *overall fit*. *Chi Square* ini bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Jika jumlah sampel cukup besar yakni lebih dari 200 sampel, maka *Chi Square statistic* ini harus didampingi oleh alat uji lainnya. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai *Chi Square* rendah. Semakin kecil nilai *Chi Square*, semakin baik model yang dibuat, karena uji beda  $\chi^2 = 0$ , berarti tidak ada perbedaan ( $H_0$  diterima) berdasarkan probabilitas dengan *cut off value* sebesar  $p = 0.05$  atau  $p = 0.10$ . Nilai rasio 1 – 3 dianggap nilai yang sesuai, dan nilai yang lebih dari 5 dianggap *poor fit of the model*.

2. *The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)* adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *Chi Square Statistic* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Jika nilai RMSEA lebih kecil atau sama dengan 0.08, maka indeks dapat diterima model tersebut, sehingga menunjukkan sebuah *close fit* dari model ini berdasarkan *degree of freedom*. sedangkan nilai lebih dari 0.1 dianggap model tersebut tidak diterima.
3. *Goodness of Fit Index (GFI)*. Nilai indeks kesesuaian (*fit index*) ini akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi. GFI adalah sebuah ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1 (*perfect fit*). Jika nilai indeksnya tinggi berarti menunjukkan sebuah "*better fit*".
4. Nilai indeks keselarasan yang disesuaikan (*Adjusted Goodness of Fit Index/AGFI*). Bila AGFI analog dengan  $R^2$  dalam regresi berganda, *fit index* sesuai dengan *degree of freedom* yang tersedia untuk menguji diterima atau tidaknya suatu model dengan ketentuan apabila nilai AGFI sama dengan atau lebih besar dari 0.90, maka model mempunyai kesesuaian model keseluruhan yang baik.
5. Fungsi perbedaan sampel minimum (*The Minimum Sample Discrepancy Function/CMIN*) yang merupakan nilai statistik *Chi-square* dibagi dengan nilai derajat kebebasan (*degree of freedom/DF*) atau disebut juga *Chi-square relative* dengan besaran nilai lebih kecil dari 0.2 dengan toleransi di bawah 0.3 yang merupakan indikator diterimanya suatu kecocokan model dan data.
6. TLI (*Tucker Lewis Index*). TLI merupakan sebuah alternatif *incremental fit index* yang membandingkan suatu model yang diuji terhadap suatu *baseline* model. Nilai direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah penerimaan 0.95 dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.
7. CFI (*comparative fit index*). Indeks ini mempunyai rentang nilai 0 sampai 1. Semakin mendekati 1, mengindikasikan adanya *a very good fit*. Nilai yang

direkomendasikan adalah CFI 0.94. Indeks ini besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel, karena sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model.

Model indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan digunakan dalam penelitian, karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model (Ferdinand, 2014: 72). Indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan suatu model disajikan pada Tabel 4.3.

**Tabel 4.3.**  
**Indeks Kesesuaian dalam SEM (*Goodness of Fit Index*)**

No.	<i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut-Off Value</i>	Keterangan
1.	Chi Square	Diharapkan kecil	Diterima bila keseluruhan nilai <i>cut-off</i> terpenuhi
2.	Probability	0.05	
3.	CMIN/DF	2.00	
4.	RMSEA	0.08	
5.	GFI	0.90	
6.	AGFI	0.90	
7.	TLI	0.95	
8.	CFI	0.95	

Sumber: Ferdinand (2014: 77)