

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian atau desain penelitian adalah proses pengumpulan dan analisis data penelitian. Ini berarti bahwa penelitian ini meliputi perencanaan dan melakukan penelitian.

Menurut Neuman (2007: 154), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif, karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, mengenai fakta-fakta hubungannya antara variabel yang diteliti.

Menurut Neuman (2007: 154), penelitian deskriptif adalah: “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Sedangkan menurut Moch. Nazir (2013:54) pengertian metode penelitian deskriptif sebagai berikut: “Suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki”. Moch. Nazir (2013:91) mendefinisikan pengertian

metode verifikatif sebagai berikut: “Metode verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas (hubungan sebab akibat) antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis menggunakan suatu perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Dalam implementasi rancangan penelitian termasuk juga membuat eksperimen atau pengamatan, dan juga memilih variabel pengukuran, teknik dan prosedur, pengumpulan data, instrumen, analisis data telah mengumpulkan sampel, dan pelaporan hasil penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian kausal. Penelitian kausal bertujuan untuk mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab – akibat untuk menentukan apakah satu atau lebih variabel menyebabkan atau berpengaruh terhadap perubahan variabel lainnya. Penelitian *causal comperative* atau *causal comperative research* adalah salah satu dari jenis penelitian kuantitatif. Penelitian *causal comperative* merupakan salah satu metode penelitian yang erat dengan metode penelitian korelasi. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat dengan melalui pengamatan terhadap akibat yang ada kemudian menelusuri kembali faktor yang mungkin menjadi penyebabnya dengan melalui sebuah data tertentu. Menurut Sukardi (2003). Penelitian *causal comperative* merupakan kegiatan penelitian yang berusaha mencari informasi tentang mengapa terjadi hubungan sebab akibat, dan peneliti berusaha melacak kembali hubungan tersebut.

4.2 Populasi dan Sampel Penelitian

4.2.1 Populasi

Populasi penelitian adalah nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk di wilayah Surabaya. Dimana proses penentuan sampel penelitian didasarkan pada kriteria populasi sebagai berikut:

1. Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya minimal selama 1 tahun menjadi nasabah.
2. Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya yang memiliki saldo simpanan minimal 250 juta rupiah.
3. Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya yang berusia antara 30 – 50 Tahun.
4. Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya yang berdomisili di kota Surabaya.
5. Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya yang berprofesi Wiraswasta / pengusaha / Non-PNS / pegawai swasta yang rekening *payroll* gajinya tidak melalui Bank Jatim.
6. Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya yang memiliki tabungan lebih dari satu jenis produk.

Kriteria populasi tersebut diatas untuk meminimalkan jumlah populasi dalam penelitian ini. Berdasarkan kriteria populasi diatas maka didapat populasi sejumlah 1.329 nasabah tabungan di 10 lokasi jaringan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya, yang mewakili wilayah timur, barat, utara dan wilayah selatan Surabaya.

Tabel 4.1

Lokasi Tempat Penelitian

No.	Nama Jaringan Bank Jatim	Alamat	Jumlah Nasabah
1	Cabang Utama Surabaya	Jl. Basuki Rakhmad 98-104	203
2	Cabang Dr. Soetomo Surabaya	Jl. Prof. Mustopo 6-8	135
3	Cabang Perak Surabaya	Jl. Perak Timur 262-264	132
4	Cabang HR Muhammad	Jl. HR Muhammad No 29	127
5	K. Cabang Pembantu Benowo	Jl. Raya Sememi No. 1	119
6	K. Cabang Pembantu Klampis Jaya	Jl. Klampis Jaya No 17 Sukolilo	108
7	K. Cabang Pembantu PGS	Jl. Tembaan No 38D Bubutan	116
8	K. Cabang Pembantu Darmo	Jl. Raya Darmo No. 35	121
9	K. Cabang Pembantu Rungkut	Jl. Raya Kalirungkut No. 10 Rungkut	137
10	K. Cabang Pembantu Rajawali	Jl. Rajawali No. 12 Kec. Krembangan	131
Total			1.329

Sumber: <https://www.bankjatim.co.id/en> (2020)

4.2.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan cara memberikan syarat dan kriteria tertentu kepada sampel (Neuman (2007:122)).

Metode untuk menentukan jumlah sampel, menggunakan rumus Slovin (Sevilla et al., 1960:182) sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Dimana

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berikut ini perhitungan sampel yang diambil:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = 1.329 / 1 + 1.329 (0,05)^2 = 307,46, \text{ maka dibulatkan } 307.$$

Jumlah sampel adalah sebanyak 307 orang nasabah tabungan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya.

Besaran sampel responden untuk masing-masing lokasi ditentukan dengan rumus Taro Yamane (Riduwan, 2015: 65):

$$n_1 = \frac{N_i}{N} \times n$$

Dimana :

n_1 = Jumlah sampel dalam setiap lokasi

n = Jumlah sampel total

N_i = Jumlah nasabah di setiap lokasi

N = Jumlah total populasi

Tabel 4.2

Populasi dan distribusi responden sampel penelitian

No.	Nama Jaringan Bank Jatim	Jumlah Populasi	Jumlah Responden
1	Cabang Utama Surabaya	203	47
2	Cabang Dr. Soetomo Surabaya	135	31
3	Cabang Perak Surabaya	132	30
4	Cabang HR Muhammad	127	29
5	K. Cabang Pembantu Benowo	119	28
6	K. Cabang Pembantu Klampis Jaya	108	25
7	K. Cabang Pembantu PGS	116	27
8	K. Cabang Pembantu Darmo	121	28
9	K. Cabang Pembantu Rungkut	137	32
10	K. Cabang Pembantu Rajawali	131	30
Total		1.329	307

Sumber: Data diolah

Jumlah sampel tersebut terdistribusi secara proporsional pada masing-masing responden (nasabah) di lingkungan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya. Dengan demikian, berdasarkan tahapan-tahapan

kegiatan di atas, maka jumlah sampel responden pada setiap PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya (Tabel 4.2).

4.2.3 Prosedur Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Kuisisioner

Dengan menggunakan daftar pertanyaan secara tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan alternatif jawaban yang tersedia. Kuisisioner ini terdiri dari beberapa item pertanyaan yang berkaitan dengan tanggapan responden tentang *customer relationship learning* terhadap *customer value* melalui *service quality*, *corporate image*, *product quality* yang dampaknya terhadap *customer engagement* pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk, wilayah Surabaya.

2) Studi Pustaka

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku literatur dan jurnal yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti

4.2.3.1 Teknik Pengukuran Data

Skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah skala Likert dengan 5 kategori. Menurut Neuman (2007:134). Skala Likert merupakan metode skala bipolar yang mengukur baik tanggapan positif atau negatif terhadap suatu pertanyaan. Skala Likert merupakan skala jenis ordinal sebagai berikut :

- | | |
|-------------------------------|---|
| a) Sangat setuju, diberi skor | 5 |
| b) Setuju, diberi skor | 4 |
| c) Netral, diberi skor | 3 |

- d) Tidak setuju, diberi skor 2
- e) Sangat tidak setuju, diberi skor 1

Selain kuesioner, juga digunakan teknik wawancara untuk mendukung akurasi dan kelengkapan kuesioner tersebut. Wawancara juga digunakan untuk memperluas pandangan peneliti tentang data-data lain yang tidak terformulasi dalam kuesioner, namun akan memiliki implikasi strategis bagi perusahaan, sehingga layak untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Selain itu wawancara juga digunakan untuk melengkapi data yang terkumpul melalui kuesioner.

4.2.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Yaitu data yang dikumpulkan langsung dari objek yang diteliti. Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperlukan dalam penelitian melalui studi literatur dan sumber lain yang mendukung, seperti: buku-buku, jurnal, internet, dan penelitian lain yang terkait dengan permasalahan. Data sekunder, yaitu data yang bersumber dari PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk wilayah Surabaya.

4.3 Variabel dan Definisi Operasional Variable

4.3.1 Variabel Penelitian

Variabel yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang nilainya memengaruhi variabel lainnya. Variabel bebas ini diberikan simbol "X", pada penelitian ini variabel bebas adalah: *Customer relationship learning* (X).
2. Variabel antara (*intervening variable*) yaitu variabel yang terletak diantara variabel bebas dan variabel terikat. Adanya variabel antara (*intervening variable*) ini menjadikan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi tidak langsung. Variabel antara ini diberikan simbol "Z" yaitu variabel *service quality* (Z1), *corporate image* (Z2), *product quality* (Z3), dan *customer value* (Z4).
3. Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang nilainya tergantung pada variabel lainnya. Variabel terikat ini diberikan simbol "Y" yaitu variabel *Customer engagement* (Y).

4.3.2 Definisi Operasional Variabel

1. Variabel *Customer relationship learning*.

Customer relationship learning adalah proses dimana seseorang memperoleh pengetahuan pembelian dan konsumsi, yang akan diterapkan pada perilaku yang terkait pada masa yang akan datang (Schiffman dan Kanuk, 2017).

Dalam penelitian ini, *customer relationship learning* adalah proses dimana seorang nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk memperoleh pengetahuan pembelian dan konsumsi, yang akan diterapkan pada perilaku yang terkait pada masa yang akan datang. Variabel *customer relationship learning* secara operasional variabel ini diukur dengan 3 indikator (Solomon, 2013; Schiff dan Kanuk, 2017) yaitu:

- a. pengulangan,
- b. stimulus generalisasi,
- c. diskriminasi stimulus

2. Variabel *Service quality* (Kualitas layanan)

Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi (Kotler, 2015).

Dalam penelitian ini, kualitas layanan adalah pelayanan yang berkualitas baik dari segi teknologi, karyawan dan fasilitas yang diberikan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk kepada nasabah. Variabel kualitas layanan ini secara operasional diukur dengan menggunakan 6 (enam) indikator yang dikembangkan oleh Hawkins et al. (2013) adalah:

- a. Kemampuan (*Ability*)
- b. Penampilan (*Appearance*),
- c. Perhatian (*Attention*),
- d. Ketepatan,
- e. Keramahan,
- f. Kenyamanan.

3. Variabel *Corporate image* (Citra perusahaan)

Citra adalah kesan, impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu obyek, orang atau lembaga (Alma, 2014).

Dalam penelitian ini, citra perusahaan (*corporate image*) adalah impresi, pengetahuan yang dialami oleh para nasabah terhadap PT Bank Pembangunan

Daerah Jawa Timur Tbk. Variabel Citra Perusahaan ini secara operasional diukur dengan menggunakan 4 indikator (Alma, 2015: 136) yaitu:

- a. *Personality*,
- b. *Reputation*,
- c. Nilai keperdulian (*Value*), dan
- d. *Corporate identity*.

4. Variabel *Product quality* (Kualitas produk))

Product quality adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, produk dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goetsh dan Davis, 2013). Dalam penelitian ini, *product quality* adalah suatu kondisi dinamis yang memenuhi Variabel kualitas produk ini secara operasional diukur dengan menggunakan 4 indikator (Kotler, 2015) yaitu:

- a. Kinerja produk (*Performance*)
- b. Fitur yang memberikan jaminan keberlangsungan masa depan (*Features*)
- c. Keandalan produk (*Reliability*)
- d. Kesesuaian (*Conformance*).

5. Variabel *Customer value* (Nilai pelanggan)

Customer value juga merupakan pilihan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang benar-benar dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut (Kotler and Armstrong, 2012).

Dalam penelitian ini, *customer value* adalah ikatan emosional yang terjalin antara nasabah dan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk setelah nasabah menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau

jasa tersebut memberi nilai tambah. Indikator yang digunakan untuk mengukur *customer value* diadopsi dari Tjiptono (2015) adalah:

- a. *Emotional value*
- b. *Social value*
- c. *Quality/performance value*
- d. *Price/value of money*

6. *Customer engagement* (Keterlibatan pelanggan)

Customer engagement adalah suatu tingkatan keterlibatan secara fisik, kognitif dan emosional antara pelanggan dalam menjalin hubungan dengan perusahaan (Hollebeek, 2011).

Dalam penelitian ini, *customer engagement* adalah suatu tingkatan keterlibatan secara fisik, kognitif dan emosional antara nasabah dalam menjalin hubungan dengan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Indikator yang digunakan untuk mengukur *Customer engagement* (Dea Naomi, 2015, Dwi Kusuma, 2016) sebagai berikut:

- a. *Cognitive attachment*; adalah cara konsumen menerima, mempersepsi, mempelajari, menalar, mengingat, dan berpikir tentang.
- b. *Attitudinal attachment*; adalah melingkupi tahap afeksi positif, terbuka dengan pengalaman pengalaman, dan keterlibatan secara sosial maupun secara interpersonal
- c. *Behaviorial attachment*: adalah upaya untuk menciptakan hubungan yang kuat antara nasabah dan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.

4.4 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis yang dapat memberikan proses analisis simultan yang terkait dengan model penelitian multi varian seperti pada penelitian ini yaitu analisis *Structural Equation Modelling* (SEM), dengan menggunakan Amos 24.

Menurut Ferdinand (2017:6), SEM adalah sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Hubungan yang rumit tersebut dapat dibangun antara satu atau beberapa variable dependen dengan satu atau beberapa variable independen. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.4.1 Analisis Deskriptif.

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item pertanyaan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel penelitian.

4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.2.1 Uji Validitas

Suatu instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuan pengukuran tersebut. Suatu alat ukur yang valid mampu memberikan gambaran yang cermat atau memberikan gambaran perbedaan yang sekecil-kecilnya diantara subyek yang satu dengan lainnya serta mempunyai varians error yang kecil sehingga hasilnya dapat dipercaya mendekati kebenaran. Instrumen yang tidak valid harus dikeluarkan dari penelitian. Uji validitas dilakukan pada masing-masing

item pertanyaan dari indikator variabel terhadap konstruksya menggunakan *loading factor* atau koefisien lamda (λ). Kriteria pengujian yang digunakan adalah semakin besar nilai λ maka semakin valid (ditunjukkan dengan nilai $c.r > 2,0$). Indikator tersebut juga dikatakan valid bila hasil uji t signifikan pada $p\text{-value} \leq 0,05$.

4.4.4.2 Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian selain valid juga harus mempunyai reliabilitas yang tinggi atau mempunyai konsistensi sebagai alat ukur bagaimanapun bentuk pengukurannya. Instrumen yang tidak mempunyai reliabilitas yang tinggi juga harus dikeluarkan dari penelitian walaupun instrumen tersebut valid. Uji reliabilitas menggunakan *indicator reliabiliti*, yang diperoleh dari nilai λ standar dengan rumus ($\lambda - \text{error}$) dan hasilnya tidak boleh kurang dari 0,50 atau menggunakan *construct reliability* (CR) yang nilainya juga tidak boleh kurang dari 0,50

Tiga kriteria untuk menentukan validitas instrumen dalam SEM yaitu:

1) *indicator reliability*, 2) *construct reliability*, 3) *variance extracted*.

Perhitungannya sebagai berikut :

Indicator reliability = $1 - \text{Error}$ \longrightarrow nilainya harus > 0.5

Construct- Reliability = $\frac{(\sum \text{Std.Loading})^2}{(\sum \text{Std.Loading})^2 + \sum \varepsilon_j}$ \longrightarrow nilai ≥ 0.7

Variance- Extracted = $\frac{\sum (\text{Std.Loading})^2}{\sum (\text{Std.Loading})^2 + \sum \varepsilon_j}$ \longrightarrow nilai > 0.5

4.4.3 Pengujian Hipotesis

Sesuai dengan kerangka konseptual dan hipotesis yang ada, maka dilakukan pengujian data hasil penelitian menggunakan analisis SEM. Menurut Hair (2014),

Ferdinand (2013: 34) terdapat tujuh langkah yang harus dilakukan apabila menggunakan SEM, yaitu :

1) Pengembangan model berbasis teori

Langkah pertama dalam pengembangan model SEM adalah pencarian atau pengembangan model yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat. Peneliti harus melakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka untuk mendapatkan justifikasi atau model teoritis yang dikembangkan.

2) Pengembangan diagram alur (*path diagram*)

Diagram alur akan mempermudah peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Peneliti biasanya bekerja dengan konstruk atau faktor, yaitu konsep-konsep yang memiliki pijakan teoritis yang cukup untuk menjelaskan berbagai bentuk hubungan. Dalam gambar diagram alur, hubungan antar konstruk dinyatakan melalui anak panah. Anak panah lurus menunjukkan hubungan kausalitas yang langsung antara satu konstruk dengan konstruk lainnya. Sedangkan garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk.

3) Konversi diagram alur ke dalam persamaan

Persamaan yang didapat dari diagram alur yang dikonversi terdiri dari dua persamaan yaitu :

- a. Persamaan struktural, yang dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk

- b. Persamaan spesifikasi model pengukuran, peneliti menentukan variabel yang mengukur suatu konstruk dan menentukan serangkaian matrik yang menunjukkan korelasi antar konstruk atau variabel sesuai dengan hipotesis.

4) Memilih matriks input dan estimasi model

Input data yang digunakan pada metode SEM menggunakan matrik *varians/covarians* atau matrik korelasi untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matrik *covarians* digunakan karena SEM memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda, yang tidak dapat disajikan oleh korelasi. Pada saat pengujian teori disarankan menggunakan *varians/covarians*, sebab lebih memenuhi asumsi-asumsi metodologi dan *standard error* yang dilaporkan akan menunjukkan angka yang lebih akurat dibanding dengan menggunakan matrik korelasi.

5) Memilih identifikasi masalah

Pada program komputer yang digunakan untuk untuk estimasi model kausal, salah satu masalah yang dihadapi adalah identifikasi masalah. Permasalahan ini pada prinsipnya adalah ketidak mampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Identifikasi masalah dapat muncul melalui gejala berikut yaitu :

- a. Standard error untuk satu atau beberapa koefisien terlalu besar.
- b. Program tidak mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.
- c. Muncul angka yang aneh misalnya *varians error* yang negatif.

d. Muncul korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat misalnya lebih dari 0,9.

Jika setiap kali estimasi dilakukan muncul adanya identifikasi masalah, maka sebaiknya model dipertimbangkan ulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.

6) Evaluasi kriteria *goodness of fit*

Pada tahap ini kesesuaian model dievaluasi, melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Langkah pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM. Bila asumsi sudah terpenuhi, maka model dapat diuji melalui berbagai cara yang disajikan pada Tabel 4.3. Setelah uji kesesuaian model, dilakukan penilaian unidimensionalitas dan reliabilitas. Unidimensionalitas adalah suatu asumsi yang digunakan dalam menghitung reliabilitas dari model yang menunjukkan bahwa dalam sebuah model satu dimensi, indikator-indikator yang digunakan memiliki derajat kesesuaian yang baik (Ferdinand, 2013:62). Pendekatan yang dianjurkan dalam menilai sebuah model pengukuran adalah menggunakan metode *composite reliability dan variance extracted*.

7) Interpretasi dan modifikasi model

Tahap terakhir pengujian adalah menginterpretasikan model dan memodifikasi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian. Setelah model diestimasi, residualnya harus kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarian residual harus bersifat simetrik (Tabachnick dan Fidell, 1997 dalam

Ferdinand 2013: 64). Batasan untuk mempertimbangkan perlu tidaknya modifikasi sebuah model dengan melihat jumlah residual adalah 5%.

Tabel 4.3.

Indeks kesesuaian dalam SEM (*Goodness of Fit Index*)

<i>Goodnes of fit indeks</i>	<i>Objection</i>	<i>Cut off value</i>
$X^2 - Chi Square$	Menguji apakah populasi yang diestimasi sama dengan <i>covariance</i> sampel (kesesuaian model dengan data)	Diharapkan kecil, paling baik antara 1 sampai dengan 2
<i>Probability</i>	Uji signifikan terhadap perbedaan matriks <i>covariance</i> data dan matriks <i>covariance</i> yang diestimasi	$\geq 0,05$
<i>Goodnes of fit indeks</i>	<i>Objection</i>	<i>Cut off value</i>
<i>RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)</i>	Mengkompensasikan kelemahan <i>Chi Square</i> pada sampel besar	$\leq 0,08$
<i>GFI (Good of Fit Index)</i>	Menghitung proporsi tertimbang <i>varians</i> dalam matrik sampel yang dijelaskan oleh matriks <i>covariance</i> populasi yang diestimasi.	$\leq 0,90$
<i>AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)</i>	Merupakan GFI yang disesuaikan dengan DF	$\geq 0,90$
<i>CMIN/DF (The Minimum Sample of Discrepancy Function)</i>	Kesesuaian antara data dengan model	$\leq 2,00$
<i>TLI (Tucker Lewis Index)</i>	Pembandingan antara model yang diuji terhadap <i>base line</i> model	$\geq 0,95$
<i>CFI (Comparative Fit Index)</i>	Uji kelayakan model yang tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kerumitan model	$\geq 0,95$

Sumber: Hair *et al.*, (2014).