

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian dilakukan di pusat perbelanjaan JM Sukarami yang berlokasi di Jln. Kol. H. Burlian Km.9, Karya Baru, Kec. Alang-alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Penelitian mengambil responden kepada konsumen JM Sukarami Palembang yang pernah bahkan sering berkunjung di JM Sukarami Palembang, karena peneliti beranggapan bahwa konsumen yang pernah membeli atau sering merupakan salah satu karakteristik konsumen yang loyal.

B. Desain Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang disebutkan sebelumnya, maka desain penelitian ini termasuk pada jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari konsumen JM Sukarami Palembang.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Data kuantitatif merupakan data yang diperoleh

dalam bentuk angka yang dapat dihitung.¹ Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh langsung dari pengisian kuesioner sebagai instrumen penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.² Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil jawaban responden atas kuesioner/angket yang diberikan kepada konsumen JM Sukarami Palembang.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen JM Sukarami yang belum diketahui.

¹ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik, Edisi kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara) hlm. 22

² Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik, Edisi kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara) hlm. 21

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 80

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi.⁴ Dalam penelitian ini menggunakan sampel non probabilitas, dikarenakan peneliti tidak mendapatkan secara rinci identitas responden yang diperlukan dalam pembuatan kerangka *sampling*. Metode non probabilitas dengan menggunakan teknis penarikan sampel *purposive*. Sampel *purposive* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria khusus, yaitu orang-orang yang dianggap ahli.⁵ Peneliti menentukan kriteria sampel yang dituju yaitu konsumen JM Sukarami yang pernah bertransaksi dan berbelanja di JM Sukarami sebanyak lebih dari satu kali.

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Hair, et al. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator.⁶ Sehingga jumlah indikator sebanyak 17 buah dikali 10 ($17 \times 10 = 170$). Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat sebesar 170 sampel untuk pengujian hipotesis dan untuk pengujian instrumen sebanyak 30 responden. Jadi total sampel pada penelitian ini sebanyak 200 responden yang berasal dari konsumen JM Sukarami Palembang.

⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian, Edisi Pertama*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011) hlm. 71

⁵ Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017) hlm. 120

⁶ Hair JR, Joseph F, *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*, 2010, hlm.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan, penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁷ Skala yang digunakan dalam mengukur adalah skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap fenomena social.⁸

Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang bersifat tertutup, artinya pertanyaan yang dibuat dengan sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dengan memberikan jawabannya saja. Kuesioner dibuat dengan pertanyaan yang menggunakan skala likert (1-5) yang memiliki tingkat preferensi jawaban masing-masing skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

⁷Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 194-199

⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, hlm 134

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Likert

Kategori	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber :Wiratna V Sujarweni (2018:100)

Semakin besar nilai yang diberikan oleh responden, akan menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kuesioner pada penelitian ini akan ditunjukan kepada konsumen JM Sukarami Palembang

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumen bisa berbentuk lisan, gambar, karya-karya monumental. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁹

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional,

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cetakan ke-23, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 24

secara praktik, secara nyata dalam obyek penelitian/obyek yang diteliti.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka berikan ¹⁰	1. Bukti fisik (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>empathy</i>)	Likert
Suasana Toko (X ₂)	Karakteristik fisik yang berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman untuk konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama di toko dan secara tidak langsung	1. <i>Exterior</i> (bagian luar toko) 2. <i>General Interior</i> (bagian dalam toko) 3. <i>Store Layout</i> (tata letak) 4. <i>Interior Display</i> (pemajangan)	Likert

¹⁰ Lupioadi. R, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, diadaptasi oleh A.B. Susanto (Jakarta: Selemba Empat, 2013)

	mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ¹¹		
Loyalitas Pelanggan (Y)	Suatu sikap pelanggan yang setia dan mampu berkomitmen untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang meskipun terdapat pengaruh pesaing	1. Melakukan pembelian secara teratur 2. Melakukan pembelian disemua lini produk 3. Merekomendasikan produk 4. Menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai bahkan melebihi kenyataan yang diterima ¹²	1. <i>Re-purchase</i> (pembelian ulang) 2. Menciptakan <i>word-of-mouth</i> 3. Menciptakan citra merek 4. Menciptakan	Likert

¹¹ Levy Michael and Barton Weitz, *Retailing Management International Edition* (New York: MC-Graw-Hill, 2007)

¹² Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2013)

		keputusan pembeli pada toko yang sama	
--	--	---	--

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019.

G. Teknik Analisa Data

Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis dengan SEM (*Structural Equation Modeling*). Adapun penjabaran masing-masing pengujian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan alat ukur untuk mencapai tujuan pengukuran guna menghasilkan alat ukur yang dapat dipercaya. Adapun dalam pengujian validitas digunakan analisis faktor. Untuk proses uji validitas ini, dilakukan dengan melihat hasil output AMOS yaitu *probability value* pada *regression weights*. Jika nilai *Probability value* lebih kecil dari 0,05 maka item dinyatakan valid dan nilai *critical value* > 1,96.¹³

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui seberapa jauh alat yang diukur dapat diandalkan atau dipercaya.

¹³ Imam Ghazali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*, Hlm. 144

Kehandalan berkaitan langsung sejauh mana suatu alat ukur, apabila dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dari jawaban jika pengamatan dilakukan secara berulang. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach's alpha* karena uji *Cronbach's alpha* merupakan teknik pengujian keandalan kuesioner yang paling sering digunakan.¹⁴ Nilai *Cronbach's alpha* yang menjadi acuan adalah diatas 0,70. Tingkat keandalan *Cronbach's alpha* ditunjukkan pada tabel:

Tabel 3.3
Tingkat Keandalan Cronbach's alpha

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0,0 – 0,20	Kurang Andal
>0,20 – 0,40	Agak Andal
>0,40 – 0,60	Cukup Andal
>0,60 – 0,80	Andal
>0,80 – 1,00	Sangat Andal

Sumber: Hair, et al (2010)

¹⁴ Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2010. “*United Kingdom: Jhon & Sons Ltd*” hlm 205.

2. Uji Structural Model (SEM)

Suatu penelitian membutuhkan suatu analisis data dan interpretasi yang akan digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian untuk mengungkapkan fenomena tertentu. Sehingga analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Model yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan atau pengaruh dan untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka teknik analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Models*). Penggunaan metode analisis SEM karena SEM dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi dari sebuah konstruk dan pada saat yang sama mampu mengukur pengaruh atau derajat hubungan antar faktor yang telah diidentifikasi dimensi dimensinya.¹⁵

Pengujian hipotesis 1 hingga hipotesis 7 menggunakan analisis SEM dari paket statistik AMOS versi 23. Model kausal AMOS menunjukkan pengukuran dan masalah yang struktural yang digunakan untuk menganalisis dan menguji model hipotesis. Menurut Arbuckle dan Bacon AMOS mempunyai keistimewaan yaitu:

- a. Amos mampu memperkirakan koefisien yang tidak diketahui dari persamaan linier struktural.

¹⁵ Ferdinand, Augusty. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang*, thn 2000

- b. Amos mengakomodasi model yang meliputi latent variabel.
- c. Amos mengakomodasi kesalahan pengukuran pada variabel dependen dan independen
- d. Amos mengakomodasi peringatan yang timbal baik, simultan, dan saling ketergantungan.¹⁶

Penelitian ini akan menggunakan dua macam teknik analisis, yaitu:

1. *Confirmatory Factor Analysis* pada SEM yang digunakan untuk mengkonfirmasi faktor-faktor yang paling dominan dalam satu kelompok variabel.
2. *Regression Weight* pada SEM yang digunakan untuk meneliti seberapa besar hubungan antar variabel.

Menurut Hair et.al, terdapat 7 langkah yang harus dilakukan dalam menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) yaitu¹⁷:

a. Langkah pertama : Pengembangan Model Teoritis

Tahap pertama yang harus dilakukan dalam mengembangkan sebuah model penelitian dengan mencari dukungan teori yang kuat melalui serangkaian eksploitasi ilmiah melalui telaah pustaka guna mendapatkan justifikasi atas model teoretis yang akan

¹⁶ Ferdinand, Augusty, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen. Program Magister Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang, thn 2000

¹⁷ Imam Ghazali, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS*, (Semarang: Badan Penerbit-UNDIP, 2008)

dikembangkan. SEM digunakan bukan untuk menghasilkan sebuah model, tetapi digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik.

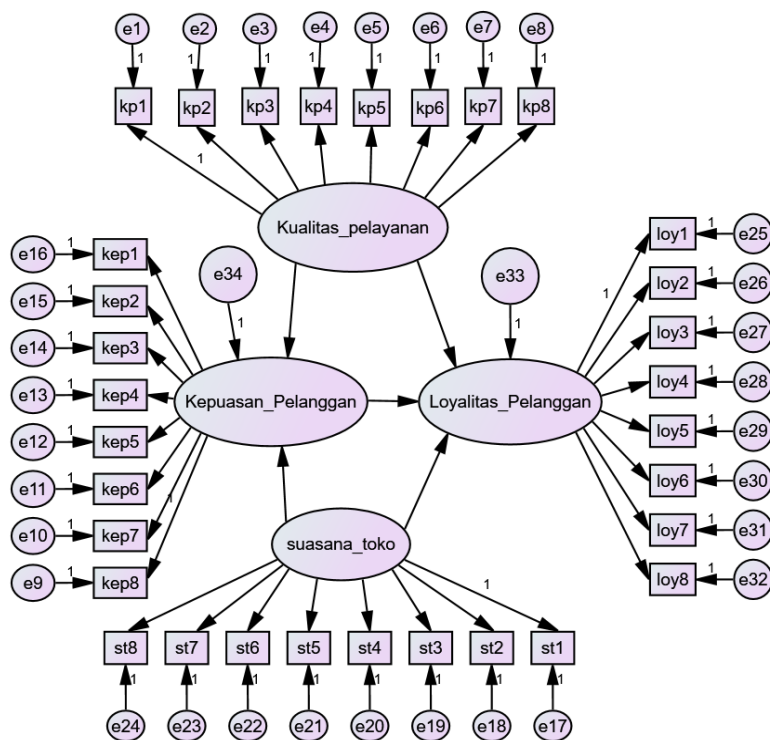
b. Langkah kedua : Pengembangan Diagram Alur (*Path Diagram*)

Langkah berikutnya model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama akan digambarkan dalam sebuah *path diagram*, yang akan mempermudah untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Dalam *path diagram*, hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan sebuah hubungan kausal yang langsung antara satu konstruk dengan konstruk lainnya. Garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk. Konstruk yang dibangun dalam diagram alur dapat dibedakan dalam dua kelompok, yaitu:

- 1) Konstruk Eksogen (*exogenous Constructs*), yang dikenal juga dengan diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk eksogen adalah konstruk yang dituju oleh garis dengan satu ujung panah
- 2) Konstruk Endogen (*Endogen Contructs*), yang merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk Endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen

lainnya, tapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

Gambar 3.1
Path Diagram



Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini, 2020

c. Langkah ketiga: Konversi Diagram Alur kedalam Persamaan

Setelah model penelitian yang dikembangkan dan digambar pada *path diagram*, langkah berikutnya adalah mengkonversi spesifikasi model kedalam rangkaian persamaan yang terdiri dari:

- 1) Persamaan-persamaan Struktural (*structural Equations*) Persamaan ini dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk, Persamaan struktural pada dasarnya dibangun dengan pedoman sebagai berikut ini.

Tabel 3.4

Model Persamaan Struktural

Model Persamaan Struktural
Kepuasan Pelanggan = β_1 Kualitas Pelayanan + β_2 Suasana Toko + e_1
Loyalitas Pelanggan = β_1 Kualitas Pelayanan + β_2 Suasana Toko + β_3 Kepuasan Pelanggan + e_2

Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini (2020)

- 2) Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*) yaitu menentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk atau variabel.

Komponen-komponen ukuran mengidentifikasi latent variables, dan komponen-komponen struktural untuk mengevaluasi hipotesis hubungan kausal, antara latent variables pada model kausal dan menunjukkan pengujian seluruh hipotesis dari model sebagai satu keseluruhan.

Tabel 3.5
Model Pengukuran

Konsep Exogenous (Model Pengukuran)	Konsep Endogenous (Model Pengukuran)
$X1 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e1$	$X27 = \lambda \text{ Loyalitas Pelanggan} + e27$
$X2 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e2$	$X28 = \lambda \text{ Loyalitas Pelanggan} + e28$
$X3 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e3$	$X29 = \lambda \text{ Loyalitas Pelanggan} + e29$
$X4 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e4$	$X30 = \lambda \text{ Loyalitas Pelanggan} + e30$
$X5 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e5$	$X31 = \lambda \text{ Loyalitas Pelanggan} + e31$
$X6 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e6$	$X32 = \lambda \text{ Loyalitas Pelanggan} + e32$

$X7 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e7$	$X33 = \lambda \text{ Loyalitas Pelanggan} + e33$
$X8 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e8$	$X34 = \lambda \text{ Loyalitas Pelanggan} + e34$
$X9 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e9$	
$X10 = \lambda \text{ Kualitas Pelayanan} + e10$	
$X11 = \lambda \text{ Kepuasan Pelanggan} + e11$	
$X12 = \lambda \text{ Kepuasan Pelanggan} + e12$	
$X13 = \lambda \text{ Kepuasan Pelanggan} + e13$	
$X14 = \lambda \text{ Kepuasan Pelanggan} + e14$	
$X15 = \lambda \text{ Kepuasan Pelanggan} + e15$	
$X16 = \lambda \text{ Kepuasan Pelanggan} + e16$	
$X17 = \lambda \text{ Kepuasan Pelanggan} + e17$	

$X18 = \lambda \text{ Kepuasan Pelanggan} + e18$	
$X19 = \lambda \text{ Suasana Toko} + e19$	
$X20 = \lambda \text{ Suasana Toko} + e20$	
$X21 = \lambda \text{ Suasana Toko} + e21$	
$X22 = \lambda \text{ Suasana Toko} + e22$	
$X23 = \lambda \text{ Suasana Toko} + e23$	
$X24 = \lambda \text{ Suasana Toko} + e24$	
$X25 = \lambda \text{ Suasana Toko} + e25$	
$X26 = \lambda \text{ Suasana Toko} + e26$	

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2020

d. Langkah keempat: Memilih Matriks Input dan Estimasi Model

Dalam SEM menggunakan data input berupa matrik varian/kovarian atau matrik korelasi. Matriks kovarian digunakan karena SEM memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi atau sampel yang berbeda, yang tidak dapat disajikan oleh korelasi. Hair et.al, menganjurkan agar menggunakan matriks varians/kovarians pada saat mengujian teori sebab lebih memenuhi asumsi-asumsi metodologi dimana *standart error* yang dilaporkan akan

menunjukkan angka yang lebih akurat disbanding dengan menggunakan matriks korelasi.

Measurement Model atau model pengukuran adalah menguji indikator yang digunakan dalam sebuah model untuk dikonfirmasi apakah memang betul dapat mendefinisikan suatu konstruk (variabel). *Measurement model* dilakukan dengan cara Analisis factor konfirmatori.

e. Langkah Kelima: Menganalisis Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

Masalah identifikasi adalah ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang baik. Bila estimasi tidak dapat dilakukan maka software AMOS akan memunculkan pesan pada monitor komputer tentang kemungkinan penyebabnya. Salah satu cara untuk mengatasi identifikasi adalah dengan memperbanyak constrain pada model yang dianalisis dan berarti sejumlah *estimated coefficient* dieliminasi. Di dalam analisis model structural, sering adanya permasalahan yaitu pada proses pendugaan parameter. Beberapa gejala yang sering muncul akibat adanya ketidaktepatan identifikasi antara lain:

- 1) Terdapat kesalahan standar yang terlalu besar
- 2) Matrik informasi yang disajikan tidak sesuai harapan
- 3) Matrik yang diperoleh tidak definitif positif
- 4) Terdapat kesalahan varian yang negatif

- 5) Terdapat korelasi yang tinggi antar keefisien hasil dugaan ($> 0,9$)

Untuk itu tindakan pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat dan telah memenuhi asumsi-asumsi SEM yaitu:

1) Normalitas

Asumsi Normalitas Data adalah pengujian untuk mengetahui apakah data yang digunakan mempunyai distribusi normal. Dengan menggunakan kriteria nilai kritis (*critical ratio*) skewness value sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikansi 0,10.

2) Asumsi Outlier

Outlier adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik dalam variabel tunggal maupun variabel kombinasi.¹⁸ Deteksi terhadap multivariate outlier dilakukan dengan memperhatikan nilai mahalanobis distance.

3) *Multicollinearity* dan *Singularity*

Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari determinan matriks kovarian yang sangat kecil dengan melihat data kombinasi linear dari variabel yang dianalisis.

¹⁸Imam Ghazali, *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi dengan program AMOS 19,0*, Semarang: Undip, 2011, hlm. 226

f. Langkah Keenam: Evaluasi Kriteria *Goodnes Of Fit*

Uji kesesuaian antara model teoritis dan data empiris dapat dilihat pada tingkat (*Goodness-of-fit statistic*). Suatu model dikatakan fit apabila kovarians matriks suatu model adalah sama dengan kovarians matriks data (*observed*). Model fit dapat dinilai berdasarkan dengan menguji berbagai index fit. Model fit dapat dinilai berdasarkan dengan menguji berbagai index fit yang diperoleh dari AMOS berdasar atas evaluasi terpenuhinya asumsi SEM (asumsi normalitas, asumsi *outlier*, asumsi *multicollinearity* dan *singularity*), *measurement model* dan analisis *full structural equation model* serta kriteria *goodness of fit*. Evaluasi atas kriteria *Goodness of Fit* merupakan evaluasi atas uji kelayakan suatu model dengan beberapa kriteria kesesuaian indeks dan *cut off valuenya*, guna menyatakan apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak.¹⁹

1) *Absolut Fit Measures*

Absolut Fit Measures mengukur model fit secara keseluruhan (baik model secara structural maupun secara bersama). Mengukur *Absolut Fit Measures* dengan menggunakan kriteria:

a) *Chi-Square (x2)*

Perhitungan *Chi-Square* didapat dengan melihat pada output (kata *Chi-Square*). Sebuah model

¹⁹ Imam Ghazali, *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi dengan program AMOS 19,0*, hlm 14

dianggap baik atau memuaskan apabila memiliki nilai chisquare yang rendah. Semakin kecil nilai *Chi-Square* semakin baik model tersebut dan dapat diterima berdasarkan probabilitas dengan cut off value sebesar $p > 0.05$ atau $p > 0.10$

b) *Signifikansi Probability*

Probability untuk menguji tingkat signifikansi model.

c) *CMIN/DF*

Menunjukkan *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *degree of freedom*. CMIN/DF tidak lain adalah statistic chisquare, X^2 dibagi DF disebut X^2 relatif. Bila nilai X^2 relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.

d) *GFI (Goodness of fit index)*

Ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks menunjukkan sebuah "*better fit*."

e) *RMSEA (Root Mean Square error of Approximation)*

Sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi chisquare statistic dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness-of-fit* yang dapat diharapkan bila model

diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0.08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom*.

2) *Incremental fit measures*

Incremental fit measures membandingkan proposed model dengan baseline model yang sering disebut dengan null model. Mengukur *Incremental fit measures* menggunakan criteria sebagai berikut:

a) AGFI (*Adjusted Goodness-of-fit*)

AGFI merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan *degree of freedom* untuk proporsi model dengan *degree of freedom* untuk null model. Tingkat derajat penerimaan adalah sama dengan atau lebih besar dari 0,90.

b) TLI (*Tucker Lewis Index*)

Sebuah *alternative incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah penerimaan > 0.90 dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.

Tabel 3.6

Goodness Of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut Off Value</i>
X ² – Chi square	Diharapkan kecil
<i>Significance Probability</i>	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,09$
AGFI	$\geq 0,09$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber : Ferdinand, A.T (2000)

g. Langkah Ketujuh: Interpretasi dan Modifikasi Model

Langkah terakhir dari SEM (*Structural Equation Model*) adalah melakukan interpretasi bila model yang dihasilkan sudah diterima. Sedangkan modifikasi model diperlukan karena tidak ada fitnya hasil yang diperoleh pada tahap keenam. Namun segala modifikasi harus memperhatikan atau berdasarkan teori yang mendukung berikut ini alur dalam tahap uji SEM (*Structural Equation Model*).

