



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

31 Gambaran Umum Objek Penelitian

UniPin adalah startup pembayaran asal Indonesia yang bertujuan untuk memudahkan gamer dalam bertransaksi dalam game online. Bisa top up Unipin Credits di Dunia Games untuk membeli beragam item di dalam game favorit. Top up Unipin vouchers dengan pulsa atau kuota menggunakan Dunia Games. Untuk beli top up untuk Unipin dari Dunia Games secara sederhana pilih jumlah yang ingin mengisi ulang. Jumlah tersebut akan dikurangkan dari saldo pulsa serta dapat menggunakan pulsa atau kuota yang ada untuk beli voucher di Dunia Games.



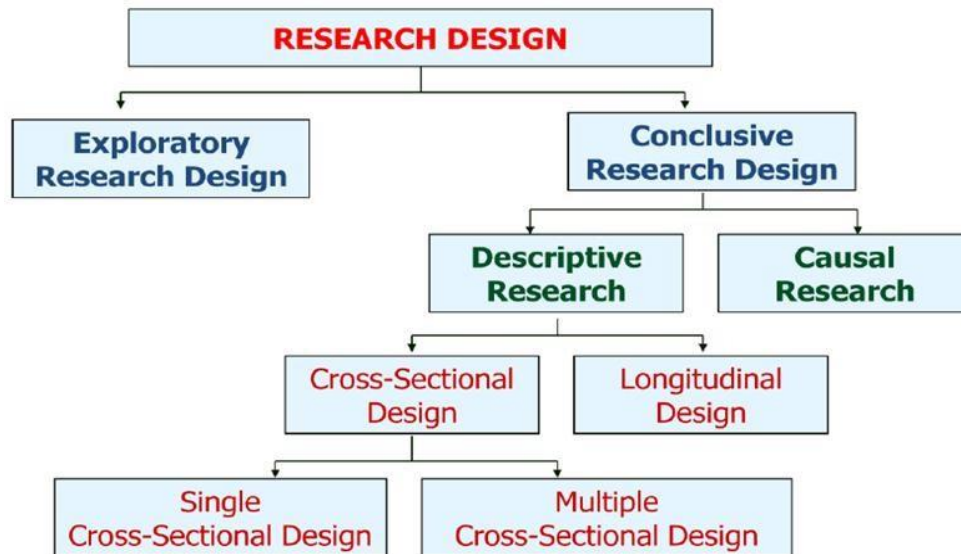
Sumber: google.com

Gambar 3.1 Logo UniPin

32 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dimana menurut (Malhotra, 2017), penelitian kuantitatif adalah metodologi riset yang berupaya untuk mengkuantifikasi data dan biasanya menerapkan

analisis statistik tertentu. Pendekatan deskriptif kuantitatif adalah teknik mengumpulkan, mengelola, menyederhanakan, menyajikan dan menganalisis data agar dapat memberikan gambaran yang teratur tentang suatu peristiwa dengan observasi yang dapat dinyatakan angka-angka.



Sumber: Malhotra (2017)

Gambar 3.2 Klasifikasi Dalam Riset Pemasaran

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *conclusive research design* dengan jenis penelitian *descriptive research* dan *causal research*. Menurut (Malhotra, 2017) *descriptive research* adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat, sedangkan *causal research* adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel.

Causal research dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh antara variabel

independen terhadap variabel *dependen*. Penelitian yang bertujuan untuk mencari sebuah informasi terhadap suatu permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti menggunakan metode pengambilan data *cross sectional design* yaitu data yang diambil hanya satu kali dari sampel dengan melakukan *survey*. *Survey* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada sampel dari populasi, dimana responden menjawab dengan memberikan rating penilai dari skala *likert* 1 sampai 7.

3.2.1 Prosedur Penelitian

Adapun prosedur dalam penelitian ini adalah

1. Mengumpulkan informasi dari jurnal yang mendukung penelitian, kemudian membuat model penelitian, hipotesis penelitian, dan menyusun kerangka penelitian.
2. Membuat kuisisioner yang kemudian akan disebarkan untuk pre-test.
3. Menyebarkan kuisisioner kepada 30 responden untuk melakukan pre-test.
4. Setelah berhasil mengumpulkan 30 responden, maka data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan SPSS versi 23. Jika semua data telah memenuhi syarat maka dapat menyebarkan kuisisioner dengan jumlah yang lebih besar minimal 100 responden.
5. Kuisisioner yang disebarkan dalam jumlah besar akan disesuaikan dengan jumlah indikator. Banyaknya sampel

ditentukan dengan jumlah pertanyaan pada kuisioner dengan asumsi $n \times 5$ observasi (hair et al.,2010)

6. Setelah seluruh data terkumpul, maka data akan dianalisis dan diolah dengan menggunakan *software* Lisrel versi 8.8

33 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi

Menurut Malhotra (2017) Populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Sedangkan menurut Sudjana (2010) Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna website UniPin yang pernah mengakses websitetetapi tidak pernah melakukan transaksi.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan langsung dari responden, dengan melakukan penyebaran kuesioner guna memperoleh data yang valid dari responden. Sumber data lebih ditujukan pada orang yang berusia 15 tahun keatas dan mengetahui mengenai website UniPin. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui *library research* yang merupakan pengumpulan data dengan

mempelajari dasar teori dari buku, artikel, jurnal, dan sejenisnya yang berhubungan dengan yang diteliti.

3.3.2 Sampling Techniques

Menurut Malhotra (2017), Teknik sampling merupakan suatu proses pengambilan jumlah yang cukup dari populasi, sehingga hasil analisa pengambilan jumlah tersebut dapat menggambarkan populasi secara garis besar.

Teknik dalam pengambilan sampel dibagi menjadi 2 yaitu, non probability sampling dan probability sampling.

1. Probability Sampling yaitu prosedur sampling yang setiap elemen populasi memiliki probabilitas atau kesempatan tetap pada sample sudah ditetapkan atau yang sudah dipilih.
2. Non-Probability Sampling yaitu tidak semua orang memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian tersebut.

Menurut Malhotra (2017), terdapat 4 teknik non-probability sampling yang dapat digunakan, yaitu:

1. Convenience Sampling yaitu sebuah teknik non-probability sampling yang dapat mengambil sampel dengan cara lebih mudah karena responden ditentukan pada waktu dan tempat itu juga tanpa adanya kualifikasi responden terlebih dahulu.
2. Judgemental Sampling yaitu bentuk convenience sampling dengan elemen populasi tertentu yang telah dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti. Elemen yang telah dipilih dianggap dapat mempresentasikan populasi.
3. Quota Sampling yaitu non-probability sampling yang memiliki dua tahap. Tahap pertama yaitu, menentukan kuota masing-masing elemen populasi. Tahap kedua yaitu, mengambil sampel berdasarkan teknik convenience maupun judgemental.
4. Snowball Sampling yaitu teknik sampling yang didasarkan pada referensi para responden. Mereka diminta untuk mereferensikan orang lain yang memenuhi kriteria sebagai responden. Proses ini terus berlanjut sehingga menimbulkan efek meluas atau yang dikenal dengan snowball.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode sampling non-probability dimana dengan teknik judgemental sampling. Hal ini dikarenakan sampel yang diperlukan harus sesuai dengan pertimbangan serta ketentuan yang dibuat oleh peneliti. Peneliti menggunakan judgemental sampling karena responden ditentukan berdasarkan beberapa pertanyaan screening. Ketentuan yang

peneliti gunakan yaitu pria dan wanita berusia 15 tahun yang mengetahui dan pernah menggunakan website UniPin tetapi tidak pernah melakukan transaksi.

3.3.3 Sampling Size

Menurut Malhotra (2017) sampel size merupakan jumlah dari elemen yang ditentukan dalam sebuah penelitian. Sampel penelitian ketika melakukan pre-test adalah sebanyak 30 sampel. Menurut Hair et al.,(2010) jumlah sampel minimal adalah 5 atau lebih dikalikan dengan jumlah observable variable atau yang dimaksud dengan measurement dimana merupakan pertanyaan yang ada pada kuesioner. Jumlah indikator atau pertanyaan dari penelitian ini adalah 24 indikator yang kemudian dikalikan 5 sehingga menjadi 90 sampel. Maka peneliti harus menyebarkan kuesioner kepada 90 responden.

3.3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono ,2010) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat seseorang tiap individu, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Penjelasan mengenai spesifikasi dan indikator dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel Eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel

dependen atau terikat (endogen), baik secara positif maupun negatif, yaitu terdapat variabel eksogen, variabel endogen juga hadir dengan setiap unit kenaikan dalam variabel eksogen, dan terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel endogen.

- b. Variabel intervening adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen (Eksogen) dengan variabel dependen (Endogen) tetapi tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2010).
- c. Variabel Endogen adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Variabel endogen ini adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Eksogen). (Sugiyono, 2010).

Pada penelitian ini terdapat 24 pertanyaan pada kuisioner sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah 24 indikator.

3.3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey yang dilakukan yaitu melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. *Survey (self-administered survey)* adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2008)

3.3.6 Metode Analisis Data

Peneliti melakukan *survey* responden, kemudian setelah itu data dari responden terkumpul maka penulis melakukan tabulasi data yaitu dengan memasukkan data dari responden ke dalam *microsoft excel*. Lalu setelah data dimasukkan ke dalam *microsoft excel*, penulis mengolah data dengan menggunakan *software* SPSS. Maka, dari hasil yang diperoleh menghasilkan *output data* yang menginterpretasikan hubungan antar variabel.

34 Definisi Operasional Variabel

Agar dapat mengukur secara akurat dari sebuah variabel dalam suatu penelitian, maka peneliti harus menggunakan indikator yang sesuai. Indikator berfungsi untuk menghindari kesalahan dalam menjelaskan variable-variabel yang digunakan dalam penelitian. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah likert scale 7 yang dimana seluruh variable diukur dari skala 1 sampai dengan skala 7.

Rangkuman definisi operasional variabel dan indikatornya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Tabel Operation

No	Variabel	Definisi	Measurement	Scale	Reference
1.	<i>Perceived Ease of Use</i>	<p><i>Perceived ease of use</i> diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa sebuah teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. ”(Davis 1989)</p>	<p>1. Saya merasa pembelian voucher game pada website UniPin mudah untuk dipelajari</p> <p>2. Saya merasa akan mudah untuk mahir menggunakan website UniPin untuk membeli voucher game.</p> <p>3. Saya merasa website UniPin untuk pembelian voucher game menjadi tidak membingungkan.</p> <p>4. Saya merasa informasi mengenai jasa pembelian voucher game yang diberikan dari website UniPin jelas.</p>	<p>Likert 1-7</p> <p>1= Sangat Tidak Setuju</p> <p>7= Sangat Setuju</p>	<p>(Saprikis, 2018); (Zeba, 2016)</p> <p>(McKnight, 2002)</p>
2.	<i>Perceived Usefulness</i>	<p>Didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang</p>	<p>1. Saya merasa akan menghemat waktu dalam mendapatkan</p>	<p>Likert 1-7</p>	<p>(Lin, 2007)</p> <p>(McKnight,</p>

		meyakini bahwa penggunaan sistem informasi yang akan meningkatkan kinerjanya.	<p>voucher game dengan menggunakan website UniPin.</p> <p>2. Saya merasa akan dapat memperoleh harga lebih murah ketika menggunakan website UniPin.</p> <p>3. Saya merasa website UniPin membantu dalam memberikan informasi mengenai games.</p> <p>4. Saya merasa website UniPin keefektifan saya dalam menemukan games yang up to date.</p> <p>5. Saya merasa dengan adanya website UniPin, saya dapat mengefisiensikan waktu dalam pembelian voucher game.</p>	1= Sangat Tidak Setuju 7= Sangat Setuju	2002)
3.	Structural Assurance	McKnight et al. (2002), structural assurance	1. Saya merasa bahwa website UniPin memberikan keamanan	Likert 1-7	(Ajzen F. d., 1975)

		berarti bahwa terdapat sistem keamanan pada website.	<p>jaringan online dengan baik.</p> <p>2. Saya merasa aman melakukan transaksi pembayaran melalui website UniPin</p> <p>3. Saya merasa website UniPin memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah hackers.</p> <p>4. Saya merasa aman membagikan informasi pribadi saya saat login website UniPin.</p> <p>5. Saya merasa aman ketika berbelanja voucher game melalui website UniPin</p>	<p>1= Sangat Tidak Setuju</p> <p>7= Sangat Setuju</p>	(McKnight, 2002)
4.	<i>Ubiquity</i>	<p>Website yang menyediakan layanan dengan waktu dan lokasi yang minim</p> <p>Hong Yan and Zhonghua Yang (2015)</p>	<p>1.Saya merasa website ini membantu saya dalam Top-up games ketika saya dalam keadaan terdesak.</p> <p>2.Saya merasa dengan adanya website tersebut, saya dapat</p>	<p>Likert 1-7</p> <p>1= Sangat Tidak Setuju</p> <p>7= Sangat Setuju</p>	(Clarke, 2001)

			<p>mengisi ulang games dimanapun saya inginkan.</p> <p>3.Saya merasa website Unipin dapat saya akses bahkan disaat bepergian.</p>		
5.	<i>Trust</i>	<p>Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan trust adalah kesediaan seseorang untuk bergantung pada orang lain.</p>	<p>1. Saya percaya dengan jaminan kepuasan website UniPin ketika bertransaksi.</p> <p>2.Saya percaya bahwa website UniPin memberikan pelayanan yang terbaik daripada pesaingnya.</p> <p>3.Saya percaya pihak UniPin pada website Unipin memenuhi janjinya sebagai website Top-up games voucher terbaik.</p> <p>4. Saya percaya produk yang saya pesan di situs website UniPin sesuai dengan</p>	<p>Likert 1-7</p> <p>1= Sangat Tidak Setuju</p> <p>7= Sangat Setuju</p>	<p>(Keller, 2012)</p> <p>(McKnight, 2002)</p>

			harapan.		
6.	<i>Usage Intention</i>	(Simamora, 2003) Niat pengguna (Usage intention) didefinisikan sebagai suatu keinginan konsumen untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka memiliki, dan menggunakan produk atau jasa.	1.Saya akan melakukan pembelian voucher game melalui website UniPin 2.Saya merasa website UniPin merupakan pilihan yang tepat untuk Top-up voucher game. 3.Saya berharap terus menggunakan website UniPin pada masa yang akan datang.	Likert 1-7. 1= Sangat Tidak Setuju 7= Sangat Setuju	(Kim, 2008) (Dehua, 2008) (McKnight, 2002)

35 Teknik Analisis

Dalam pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dua jenis test yang berbeda. Yaitu, pre-test dan main-test. Peneliti menggunakan software SPSS versi 25 untuk mengolah data pre-test. Sedangkan ketika mengolah data besar atau main-test, peneliti menggunakan software Lisrel (Linear Structural Relationship).

3.5.1 Uji Instrumen

3.5.1.1 Uji Pre-test

Menurut Zikmund *et al.*, (2013), *pretesting* adalah prosedur penyaringan yang melibatkan uji coba dengan sekelompok responden untuk mengatasi masalah-masalah mendasar dalam desain survey. Dalam uji *pre-test* pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan sebanyak 30 responden untuk diuji dengan menyebarkan kuesioner *online*. Data dari hasil penyebaran kuesioner ini akan diolah menggunakan *software IBM SPSS statistic 23* untuk menguji validasi dan realibilitas dari pertanyaan kuesioner sehingga dapat diandalkan dan konsisten.

3.5.1.2 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016), uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada

kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan menurut Malhotra (2010), uji validitas diperlukan untuk mengetahui apakah *measurment* yang digunakan sebagai alat ukur dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur secara efisien dalam penelitian. Semakin tinggi nilai validitas akan menunjukkan bahwa penelitian tersebut merupakan penelitian yang valid.

Menurut Malhotra (2010), untuk menilai indikator dapat menggunakan 3 cara, yaitu *content validity*, *criterion validity*, dan *construct validity*. *Content validity* adalah peneliti menguji validitas dengan menilai konten secara keseluruhan (indikator) berdasarkan pemahaman peneliti, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan hasil penilaian menjadi subjektif. *Criterion Validity* adalah penelitian yang dilakukan dengan berekspektasi pada hasil akhir, dimana penelitian dilakukan sampai tahap pembelian (harus terjadi/actual). *Construct validity* adalah tipe validitas yang membahas pertanyaan dengan menggunakan skala ukuran yang dinamakan faktor analisis. Dalam penelitian ini yang digunakan untuk menilai indikator, peneliti menggunakan *construct validity* karena penilaian validitas pada penelitian ini diukur berdasarkan dari pola keterkaitan antar item pertanyaan. Penelitian ini

menggunakan construct validity dimana validitas menjawab pertanyaan menggunakan skala ukuran.

Syarat – syarat dalam factor analysis antara lain:

No.	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
1	<p><i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)</i></p> <p>Merupakan indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis.</p>	<p>Nilai KMO \geq 0,5 mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai dalam hal sampel sedangkan jika KMO $<$ 0,5 maka analisis faktor tidak valid (Malhotra, 2017).</p>
2	<p><i>Barlett`s Test of Sphericity</i> Merupakan uji statistik yang yang biasanya digunakan untuk menguji sebuah hipotesis</p>	<p>Jika hasil uji nilai signifikan \leq 0.05 menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dengan indikatornya (Malhotra, 2017).</p>

3	<p style="text-align: center;"><i>Anti Image Matrics</i></p> <p>Digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel, apakah memiliki kesalahan atau tidak.</p>	<p>. Nilai MSA = 1, prediksi antar variabel tidak memiliki kesalahan ; Nilai MSA \geq 0.50 variabel harus dianalisa lebih lanjut ; Nilai MSA \leq 0.50 tidak dapat dianalisis lebih lanjut, harus dilakukan perhitungan analisis faktor ulang ketika situasi tersebut (Malhotra, 2017).</p>
4	<p style="text-align: center;"><i>Factor Loading atau component matrix</i></p> <p>Merupakan korelasi suatu indikator dengan faktor dengan faktor yang berbentuk.</p>	<p>Indikator dinyatakan valid jika nilai <i>Factor Loading</i> memiliki nilai sebesar ≥ 0.50 (Malhotra, 2017).</p>

3.5.13 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2017) sebuah penelitian dapat mengetahui tingkat kehandalan melalui sebuah uji reliabilitas. Tingkat kemahiran dapat dilihat dari jawaban Terhadap sebuah pernyataan yang konsisten dan stabil. Menurut Malhotra (2017) *cronbach alpha* merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dari suatu konstruk atau variabel dinilai reliabel jika *cronbach alpha* nilainya ≥ 0.6

3.5.2 Metode Analisis Data dengan Struktural Equation Model

Pada penelitian ini data akan dianalisis dengan menggunakan metode Structural Equation Model (SEM). Structural Equation Model (SEM) merupakan teknik statistic multivariate yang menggabungkan beberapa aspek dalam regresi berganda dengan tujuan agar dapat menguji hubungan dependen dan analisis faktor yang menyajikan konsep faktor tidak terukur dengan variabel multi yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan (Hair *et al.*, 2010).

Analisa hasil penelitian menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*). *Software* yang digunakan adalah *Lisrel* versi 8.8 untuk melakukan uji validitas, reliabilitas, hingga

uji hipotesis penelitian. Struktural model (*structural model*), disebut juga *Latent variable relationship*.

Persamaan umumnya adalah:

$$\eta = \gamma \delta + \delta$$

$$\eta = B\eta + \Gamma\delta + \delta$$

Confirmatory Factor Analysis (CFA) sebagai model pengukuran

(*measurement model*) terdiri dari dua jenis pengukuran, yaitu:

- a. Model pengukuran untuk variabel eksogen (variabel bebas).

Menurut Hair *et al.*, (2010), Persamaan umumnya:

$$X = \Lambda_x \xi + \delta$$

- b. Model pengukuran untuk variabel endogen (variabel tak bebas).

Persamaan umumnya:

$$Y = \Lambda_y \varepsilon + \delta$$

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi:

1. δ tidak berkorelasi dengan ξ .
2. ε tidak berkorelasi dengan ε .
3. δ tidak berkorelasi dengan ξ .
4. δ , ε , dan δ tidak saling berkorelasi (*mutually correlated*).

5. $\gamma - \beta$ bersifat non singular.

Dimana notasi-notasi diatas memiliki arti sebagai berikut:

y = vektor variabel endogen yang dapat diamati.

x = vektor variabel eksogen yang dapat diamati.

η (eta) = vektor random dari variabel laten endogen. δ

(ksi) = vektor random dari variabel laten eksogen.

ε (epsilon) = vektor kekeliruan atau kesalahan pengukuran dalam y .

δ (delta) = vektor kekeliruan pengukuran dalam x .

λy (lambda y) = matrik koefisien regresi y atas η . λx

(lambda x) = matrik koefisien regresi y atas δ .

γ (gamma) = matrik koefisien variabel δ dalam persamaan struktural.

β (beta) = matrik koefisien variabel η dalam persamaan struktural.

δ (zeta) = vektor kekeliruan persamaan dalam hubungan struktural antara η dan δ .

Evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien yang diestimasi. Menurut Hair et al., (2010), terdapat tujuh tahapan prosedur pembentukan dan analisis SEM, yaitu:

1. Membentuk model teori sebagai dasar model SEM yang mempunyai justifikasi yang kuat. Merupakan suatu model kausal atau sebab akibat yang menyatakan hubungan antar dimensi atau variabel.

2. Membangun path diagram dari hubungan kausal yang dibentuk berdasarkan dasar teori. Path diagram tersebut memudahkan peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang diujinya.
3. Membagi path diagram tersebut menjadi satu set model pengukuran (measurement model) dan model struktural (structural model).
4. Pemilihan matrik data input dan mengestimasi model yang diajukan. Perbedaan SEM dengan teknik multivariat lainnya adalah dalam input data yang akan digunakan dalam pemodelan dan estimasinya. SEM hanya menggunakan matrik varian/kovarian atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan.
5. Menentukan the identification of the structural model.

Langkah ini untuk menentukan model yang dispesifikasi, bukan model yang underidentified atau unidentified. Problem identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala berikut:
 - a. Standard Error untuk salah satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
 - b. Program ini mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.
 - c. Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya error varian yang negatif.

- d. Muncul korelasi yang sangat tinggi antar korelasi estimasi yang didapat (misalnya lebih dari 0.9).
6. Mengevaluasi kriteria dari *goodness of fit* (GOF) atau uji kecocokan. Pada tahap ini kesesuaian model dievaluasi melalui telaah Terhadap berbagai kriteria *goodness of fit* sebagai berikut:
- a. Ukuran sampel minimal 100-150 dan dengan perbandingan 5 observasi untuk setiap parameter *estimate*.
 - b. Normalitas dan linearitas.
 - c. *Outliers*.
 - d. *Multicolinierity* dan *singularity*.
7. Menginterpretasikan hasil yang didapat dan mengubah model jika harus diperlukan.

3521 Kecocokan Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Untuk melakukan uji kecocokan, hal yang pertama adalah mengevaluasi *Goodness of Fit* (GOF) antara data dengan model. Menilai GOF secara menyeluruh atau *overall* tidak memiliki satu uji statistik terbaik yang bisa menjelaskan kekuatan prediksi model. Beberapa ukuran GOF telah dikembangkan oleh para peneliti dan dapat digunakan secara bersama atau kombinasi.

Pengukuran secara kombinasi dapat dimanfaatkan untuk menilai kecocokan model dari tiga sudut pandang yaitu *overall fit*, *comparative fit base model* atau kecocokan komparatif pada model

dasar, dan model *parsimony*. Hair et al dalam Wijanto (2008) mengelompokan GOF menjadi tiga bagian yaitu, *absolute fit measure*, *incremental fit measure*, dan *parsimonius fit measure*.

Absolute fit measure atau ukuran kecocokan mutlak digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan atau model struktural dan pengukuran terhadap matriks korelasi dan kovarian. Lalu, *incremental fit measure* berguna untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar atau *baseline model* yang biasa disebut dengan *null model* dimana model tersebut memiliki korelasi diantara variabel nol. Dan yang terakhir adalah *parsimonius fit measure* dimana merupakan model dengan parameter relatif sedikit dan *degree of freedom* relatif banyak.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam uji kecocokan ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Perbandingan Ukuran Goodness of Fit Absolute Fit Measure

Ukuran Goodness of Fit (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Absolute Fit Measure</i>		
Statistic Chi-Square(X^2)	Nilai yang kecil $p > 0.05$	Good Fit
Goodness of Fit Index (GFI)	$GFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq GFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$GFI \leq 0.80$	Poor Fit
Root Mean Square	$RMSEA \leq 0.08$	Good Fit

Error of Approximation (RMSEA)	$0.08 \leq \text{RMSEA} \leq 0.10$	Marginal Fit
	$\text{RMSEA} \geq 0.10$	Poor Fit
Expected Cross- Validation Index (ECVI)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai ECVI <i>saturated</i>	Good Fit

Tabel 3.3 Perbandingan Ukuran Goodness of Fit Incremental Fit Measure

Ukuran Goodness of Fit (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Incremental Fit Measure</i>		
Tucker-Lewis Index atau Non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	$\text{NNFI} \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq \text{NNFI} \leq 0.90$	Marginal Fit
	$\text{NNFI} \leq 0.90$	Poor Fit
Normed Fit Index (NFI)	$\text{NFI} \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq \text{NFI} \leq 0.90$	Marginal Fit
	$\text{NFI} \leq 0.80$	Poor Fit
Ukuran Goodness of Fit (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Incremental Fit Measure</i>		
Relative Fit Index (RFI)	$\text{RFI} \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq \text{RFI} \leq 0.90$	Marginal Fit
	$\text{RFI} \leq 0.80$	Poor Fit
Incremental Fit Index (IFI)	$\text{IFI} \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq \text{IFI} \leq 0.90$	Marginal Fit

	$IFI \leq 0.80$	Poor Fit
Comperative Fit Index (CFI)	$CFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$CFI \leq 0.80$	Poor Fit

Tabel 3.4 Perbandingan Ukuran Goodness of Fit Parsimonius Fit Measure

Ukuran Goodness of Fit (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Parsimonius Fit Measure</i>		
Normed Chi-Square	$CMIN/DF < 2$	Good Fit
Parsimonius Goodness Fit Index (PGFI)	$PGVI \geq 0.50$	Good Fit
Parsimonius Normed of Fit Index (PNFI)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai AIC saturated	Good Fit
Akaike Information Criterion (AIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai AIC saturated	Good Fit

Sumber: Wijanto (2008)

3522 Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*)

Uji kecocokan model pengukuran dilakukan setiap hubungan variabel laten dengan beberapa indikator (variable/indikator

teramati) melalui evaluasi validitas dan reabilitas (Hair et al., dalam Wijanto, 2008).

1. Evaluasi terhadap validitas

Suatu variabel dinyatakan memiliki validitas yang baik terhadap variable latennya apabila *standardized loading factor* memiliki nilai ≥ 0.5

2. Evaluasi terhadap Reabilitas

Tingkat reabilitas yang tinggi menunjukkan indikator memiliki konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya (hair et al., 2010). Untuk mengukur nilai reabilitas dalam SEM menggunakan *contract reability* dan *variance extracted* dengan rumus:

$$AVE = \frac{\Sigma \text{Standardized Loading}^2}{\Sigma \text{Standardized Loading}^2 + \Sigma \epsilon_j}$$

$$CR = \frac{(\Sigma \text{Standardized Loading})^2}{(\Sigma \text{Standardized Loading})^2 + \Sigma \epsilon_j}$$

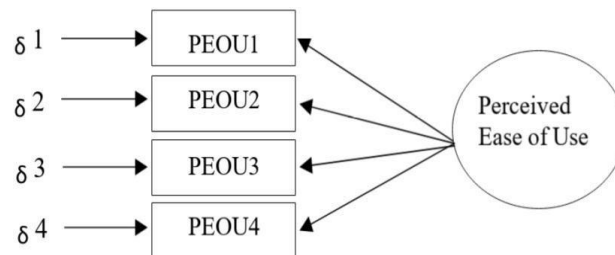
36 Model Pengukuran

Berikut ini merupakan model pengukuran berdasarkan variabel yang diukur, antara lain:

1. *Perceived Ease of Use*

Didalam model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili

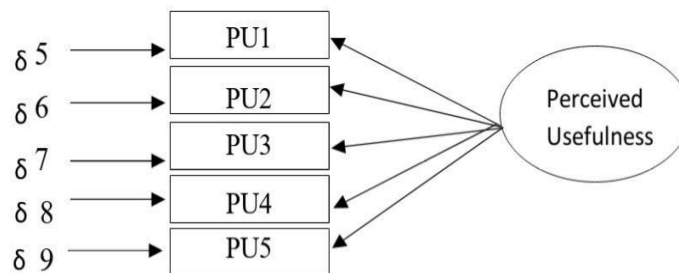
satu variabel laten yaitu *Perceived Ease of Use*. Variabel laten ξ_1 mewakili *Perceived Ease of Use*. Maka model pengukuran dari *Perceived Ease of Use* sebagai berikut:



Gambar 3.3 Model Pengukuran Perceived Ease of Use

2. Perceived Usefulness

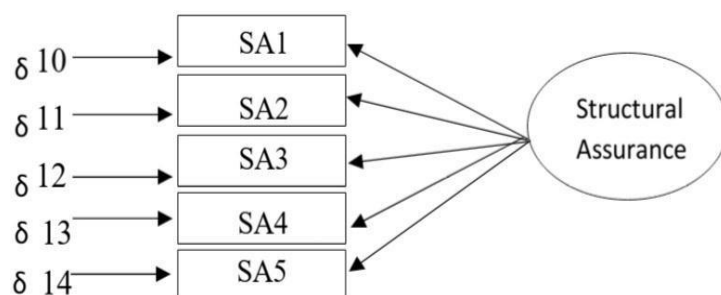
Didalam model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Usefulness*. Variabel laten ξ_2 mewakili *Perceived Usefulness*. Maka model pengukuran dari *Perceived Usefulness* sebagai berikut:



Gambar 3.4 Model Pengukuran Perceived Usefulness

3. *Structural Assurance*

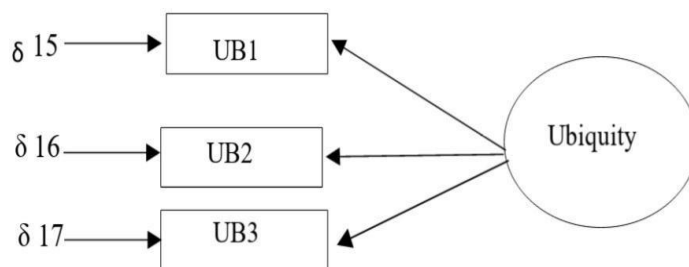
Didalam model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Structural Assurance*. Variabel laten ξ_3 mewakili *Structural Assurance* Maka model pengukuran dari *Structural Assurance* sebagai berikut:



Gambar 3.5 Model Pengukuran Structural Assurance

4. *Ubiquity*

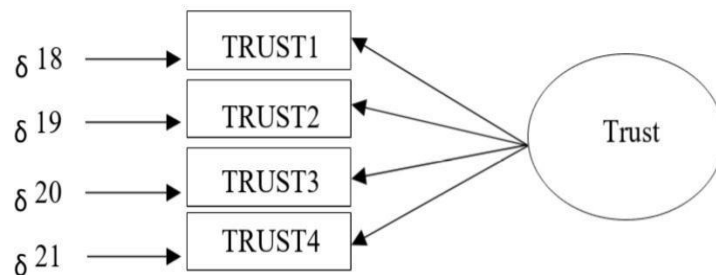
Didalam model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Ubiquity*. Variabel laten ξ_4 mewakili *Ubiquity*. Maka model pengukuran dari *Ubiquity* sebagai berikut:



Gambar 3.6 Model Pengukuran Ubiquity

5. *Trust*

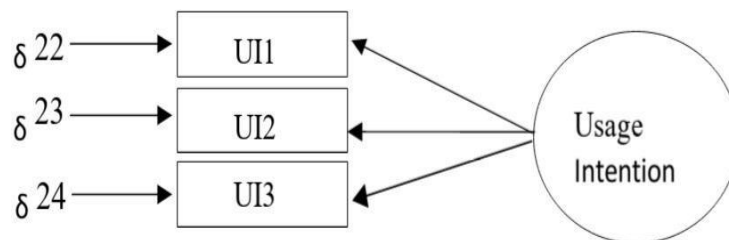
Didalam model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Trust*. Variabel laten ξ_5 mewakili *Trust*. Maka model pengukuran dari *Trust* sebagai berikut:



Gambar 3.7 Model Pengukuran Trust

6. *Usage Intention*

Didalam model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Usage Intention*. Variabel laten ξ_6 mewakili *Usage Intention*. Maka model pengukuran dari *Usage Intention* sebagai berikut:



Gambar 3.8 Model Pengukuran Usage Intention