



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

METODOLOGI PENELITIAN

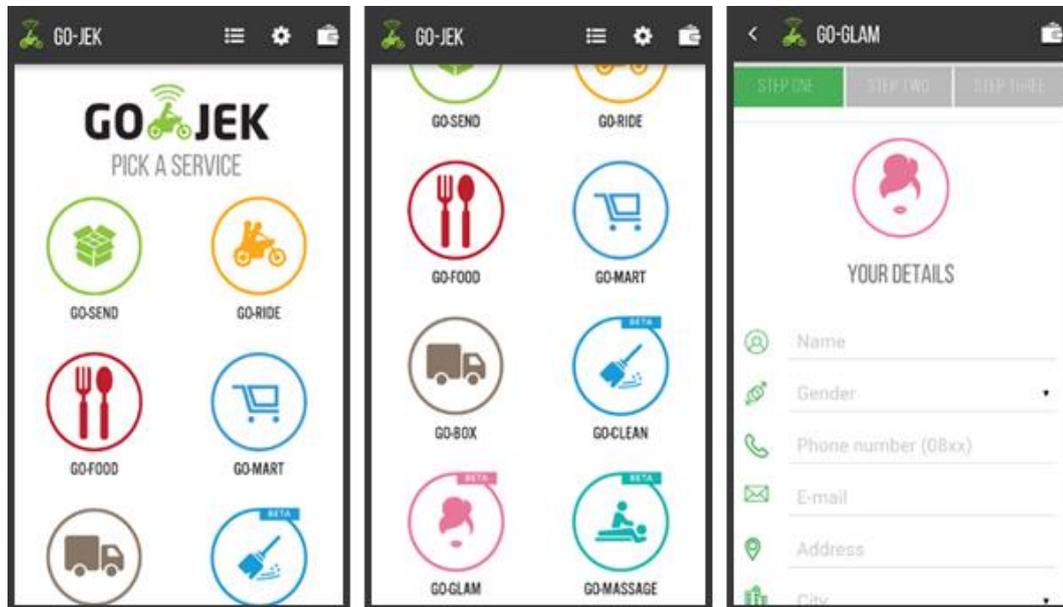
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Go-Jek adalah sebuah startup yang berbasis teknologi dengan menawarkan transportasi kepada masyarakat secara *online* dan *mobile*. Awal mula Go-Jek berdiri di Indonesia pada tahun 2011 (Tria, 2017). Ide awal pada Go-Jek yaitu membuat pengendara ojek bisa mendapatkan konsumen dari mana saja, tidak harus selalu menunggu konsumen yang datang pada tempat pangkalan ojek seperti dahulu (Tria, 2017). Hal itu membuat banyak para pengendara ojek yang awalnya hanya menunggu konsumen datang menjadi lebih mudah mendapatkan konsumen dengan datang langsung menjemput konsumen tersebut.

Pada awalnya Go-Jek hanya sebuah call center dan belum berbentuk aplikasi (Ismail, 2017). Lalu pada tahun 2014 perusahaan Go-Jek baru mulai memanfaatkan perkembangan internet dan *mobile* yang sangat cepat dengan menciptakan aplikasi yang dapat digunakan pada semua perangkat *mobile*. Di tahun 2015 jumlah driver Go-Jek sudah mencapai 100 ribu driver hanya untuk wilayah Jakarta dan 200 ribu dari semua wilayah di Indonesia (Panji, 2015) Lalu meningkat sebanyak 20 ribu driver pada 2016 (Dian, 2016). Dengan memiliki driver yang cukup banyak maka Go-Jek dapat dengan mudah menyediakan driver untuk memenuhi permintaan para pelanggan.

Banyaknya driver juga sebanding dengan fitur-fitur yang dimiliki oleh aplikasi Go-Jek. Go-Jek pada tahun 2015 memiliki fitur-fitur selain Go-Ride yaitu Go-

Food, Go-Send, dan lainnya. Seperti contoh pada gambar 3.1 terdapat fitur-fitur Go-Jek pada tahun 2015.

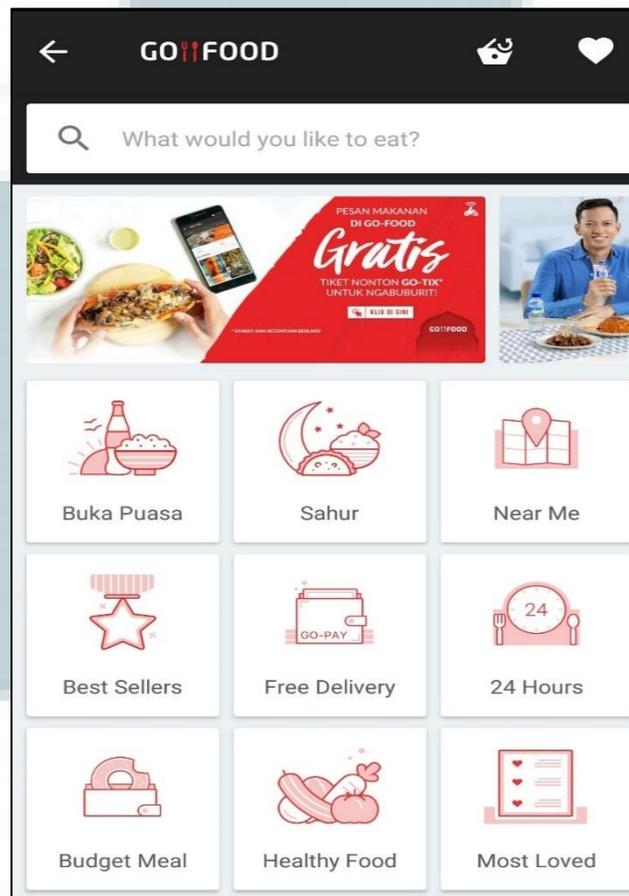


Sumber: gadgetren.com

Gambar 3. 1 Fitur-Fitur Go-Jek Pada Tahun 2013

Fitur Go-Food adalah layanan pesan antar makanan dan minuman yang di pesan melalui aplikasi Go-Jek dan lalu akan diantarkan oleh driver Go-Jek pada tempat yang diinginkan oleh konsumen. Dalam fitur Go-Food ini, Go-Food memiliki 64,000 daftar restoran dan café yang ada di Indonesia (Go-Jek, 2017). Go-Jek memiliki fitur gratis ongkos kirim untuk konsumen yang memesan makanan atau minuman pada mitra bisnis dalam bidang restoran atau café yang bekerja sama dengan Go-Jek. Untuk yang tidak bekerja sama dengan Go-Jek akan tetap bisa ada di dalam fitur Go-Food namun tidak memiliki fitur gratis ongkos kirim.

Go-Food memiliki beberapa pilihan yang dapat memudahkan pengguna dalam memesan makanan seperti Near Me berguna untuk memberikan restoran dan café yang berada disekitar pengguna sehingga dapat mengurangi ongkos kirim dan pengantaran yang cepat (Maxmanroe, 2015),



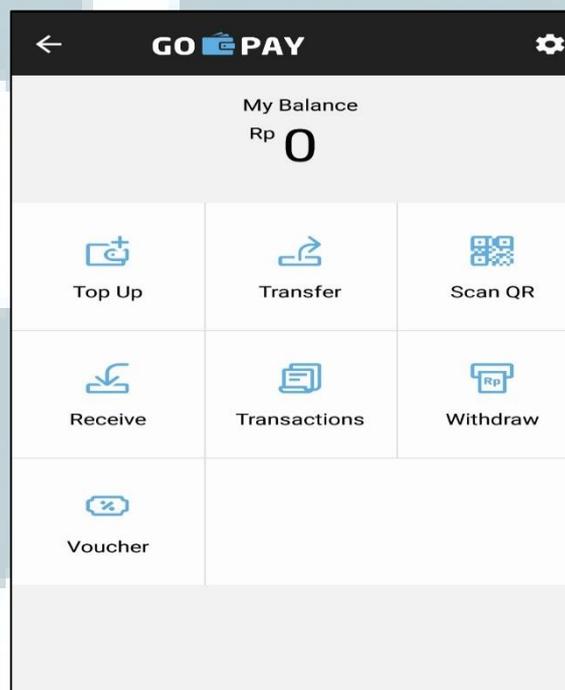
Sumber: Go-Jek.com

Gambar 3. 2 Fitur-Fitur Go-Food

Selain Go-Food, ada juga fitur yang cukup sering digunakan pada aplikasi Go-Jek, yaitu Go-Send. Go-Send ini adalah layanan kurir instan untuk kirim barang dan dokumen (Go-Jek.com, 2017) layanan Go-Send juga sudah bisa dipesan di 15 area diantaranya: Jabodetabek, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Surabaya. Namun hanya untuk pengantaran satu daerah (Go-Jek.com, 2017). Selain itu Go-Send juga memiliki penawaran asuransi hingga Rp.10.000.000 per pengiriman

barang. Jadi, jika barang kiriman mengalami kerusakan atau kehilangan, Go-Send dapat menggantinya sesuai dengan harga normal barang yang rusak atau hilang tersebut (Go-Jek.com, 2017). Tarif yang ditetapkan oleh Go-Send sebesar Rp.4.000/ KM (Go-Jek.com, 2016).

Go-Jek juga memiliki pembayaran *online* yang dikhususkan untuk melakukan transaksi dalam fitur-fitur Go-Jek yaitu Go-Pay. Go-Pay ini bersifat *mobile wallet* dan juga bisa menjadi *mobile payment* untuk setiap pembayaran. Cara mengisi saldo untuk Go-Pay juga sangat mudah seperti bisa melalui driver Go-Jek, transfer melalui *mobile banking* dan ATM yang sudah dapat dilakukan oleh cukup banyak bank (Go-Jek.com, 2017). Go-Pay dapat memberikan potongan harga dalam melakukan transaksi Go-Ride, Go-Car, dan Go-Send serta dapat memberikan gratis ongkos kirim untuk pemesanan Go-Food (Go-Jek.com, 2017).



Sumber: Aplikasi Go-Jek

Gambar 3. 3 Fitur Go-Pay

3.2 Desain Penelitian

Malhotra (2010) mendefinisikan desain penelitian sebagai sebuah kerangka yang menjadi dasar untuk melakukan suatu riset pemasaran, riset ini membutuhkan prosedur spesifik untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan serta dapat menyelesaikan masalah pada proyek tersebut. Desain penelitian terdiri atas *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design* (Malhotra, 2010).

Exploratory research adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui wawasan dan pemahaman dari situasi masalah yang dihadapi peneliti. Proses penelitian yang fleksibel dan tidak terstruktur. Lalu menganalisa dari data primer merupakan pendekatan kualitatif. *Conclusive research design* adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis spesifik dan memeriksa hubungannya. *Conclusive research design* terbagi menjadi dua, yaitu *descriptive research* dan *causal research*.

Descriptive research adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan sesuatu, biasanya karakteristik pasar dan perilaku konsumen (Malhotra, 2010). Formulasinya ditandai dengan penyusunan hipotesis yang spesifik, direncanakan dan desain yang terstruktur. Data primer yang digunakan adalah survei dan kuantitatif analisis. *Descriptive research* terbagi lagi menjadi 2 yaitu *cross-sectional design* dan *longitudinal design*. *Cross-sectional design* adalah penelitian jenis *descriptive research* yang dilakukan sekali saja dan hasil penelitiannya hanya merepresentasikan keadaan saat itu (saat dilakukan penelitian), sementara *longitudinal design* adalah penelitian yang dilakukan secara terus menerus (Malhotra, 2010). *Causal research* adalah

penelitian yang menentukan hubungan sebab-akibat. Metodologi yang digunakan adalah *experiments*. Contohnya seperti percobaan pada laboratorium *science* uji daya tahan tubuh seekor binatang.

Penelitian ini menggunakan *descriptive research* dengan *cross-sectional design*. Karena menggambarkan karakteristik konsumen yang menggunakan fitur Go-Pay dalam melakukan pembayaran Go-Jek dan penelitian ini hanya dilakukan sekali saja untuk mengetahui kondisi pasar saat ini. Penelitian ini terstruktur karena menggunakan hipotesis yang spesifik, lalu menggunakan metode survei, dimana metode ini meneliti sampling unit dengan menggunakan kuesioner yang memberikan penilaian antara 1 – 7 likert.

Kuesioner diberikan kepada sample dari sebuah population untuk mendapatkan informasi spesifik dari responden (Malhotra, 2010). Penelitian ini secara umum akan meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi behavior intention untuk menggunakan Go-Pay untuk pembayaran Go-Jek. Adapun variabel yang digunakan adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward mobile payment*, *perceived credibility*, *perceived self-efficacy* dan *behavior intention mobile payment*.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Population

Penentuan target populasi sangatlah penting dalam penelitian ini agar hasil yang didapat lebih akurat. Menurut Malhotra (2010) populasi adalah gabungan atau sekumpulan elemen yang memiliki serangkaian karakteristik tertentu lalu ditetapkan untuk menjadi objek penelitian. Terdapat 4 aspek yang dapat

digunakan untuk menjelaskan target populasi yaitu: *element*, *sampling unit*, *extent*, dan *time frame*. Target populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah sebanyak 1 sampai 3 kali top up Go-Pay dan pernah menggunakan Go-Pay dalam pembayaran Go-Jek.

3.3.1.1 Element

Menurut Malhotra (2010), *element* adalah responden yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh penelitian.

Element dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pria dan wanita
2. Usia 17 – 31 tahun
3. Mengetahui sistem pembayaran Go-Pay
4. pernah menggunakan Go-Pay
5. pernah melakukan top up Go-Pay sebanyak 1-3 kali dalam satu minggu terakhir per tanggal 1-19 juni 2017

3.3.1.2 Sample Unit

Sample unit adalah suatu dasar yang mengandung unsur-unsur dari populasi untuk dijadikan sampel (Malhotra, 2010). *Sampling unit* dalam penelitian ini adalah pria dan wanita berusia antara 17 – 31 tahun, Mengetahui sistem pembayaran Go-Pay, pernah menggunakan Go-Pay, pernah melakukan top up Go-Pay sebanyak 1-3 kali.

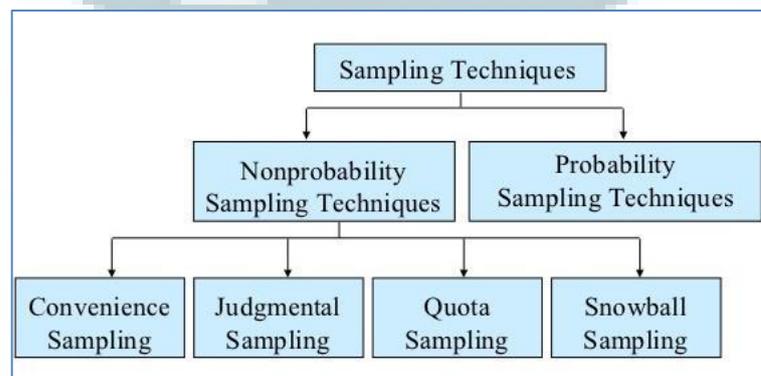
3.3.1.3 Extent

Extent atau batas geografis dari penelitian ini adalah negara Indonesia. Pembatasan extent untuk Negara Indonesia dimaksudkan agar wilayah yang diteliti tidak terlalu luas, sehingga peneliti dapat menyimpulkan secara optimal dan akurat. Pengambilan extent yaitu Jakarta, Surabaya, Bandung, Tangerang, dan Bogor karena penggunaan Go-Jek dikota tersebut cukup tinggi.

3.3.1.4 Time Frame

Malhotra (2010) menyatakan bahwa *time frame* mengacu pada jangka waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpulkan data hingga mengolahnya. *Time Frame* pada penelitian ini adalah 2 Februari – 17 Juli 2017. Penyebaran kuesioner dilakukan dari 1 Juni – 19 Juni 2016.

3.3.2 Sampling Technique



Sumber: Malhotra, 2010

Gambar 3. 4 Sampling Technique

Menurut Malhotra (2010) terdapat 2 jenis *sampling technique* yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*:

1. *Probability sampling* yaitu teknik *sampling* dimana setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang tetap untuk terpilih menjadi sample.

2. *Non-probability sampling* adalah teknik *sampling* yang tidak menggunakan prosedur seleksi pada anggota populasinya, melainkan bergantung pada penilaian pribadi peneliti (Malhotra, 2010).

Di dalam *non-probability sampling* terdapat 4 *sampling technique* yaitu *convenience sampling*, *judgmental sampling*, *snowball sampling*, dan *quota sampling*.

1. *Convenience sampling* yaitu teknik *sampling* untuk mendapatkan sample dari unsur kenyamanan. Pemilihan unit *sampling* biasanya lebih spesifik, contohnya anggota dari organisasi sosial.

2. *Judgmental sampling* adalah teknik *sampling* dimana setiap bagian dari populasi sengaja dipilih berdasarkan penilaian peneliti. Biasanya karakteristik atau element yang dibutuhkan sesuai dengan objek penelitian.

3. *Quota sampling* yaitu teknik *sampling* dimana terdapat dua tahapan yang dibatasi oleh *judgmental sampling*. Tahap pertama adalah mengembangkan kategori atau kuota dari populasi. Tahap kedua adalah sample dipilih berdasarkan *convenience* atau *judgmental*.

4. *Snowball sampling*, yaitu teknik *sampling* dimana sample dipilih secara acak karena berdasarkan penyerahan informasi dari responden utama. Setelah melakukan interview pada suatu kelompok responden, mereka diminta untuk mereferensikan orang lain yang memenuhi kriteria sebagai responden. Proses ini terus berlanjut sehingga menimbulkan efek *snowball*.

Dalam penelitian ini digunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *judgmenal sampling*. Hal ini karena peneliti belum mengetahui semua anggota populasi yang dibutuhkan, sehingga peneliti melakukan *screening* yang lebih terperinci untuk menentukan responden.

3.3.3 Sampling Frame

Sampling frame merupakan representasi unsur-unsur target populasi (Malhotra, 2010). *Sampling frame* terdiri dari serangkaian arahan untuk mengidentifikasi target populasi. *Sampling frame* adalah serangkaian data *element* yang menggambarkan sampel dari sebuah populasi (Zikmund et al, 2013). Namun dalam penelitian peneliti tidak menggunakan *sampling frame*, karena *sampling frame* termasuk dalam teknik *probability sampling* dimana responden yang digunakan dalam penelitian tidak dipilih menggunakan cara randomisasi kepada setiap orang dalam suatu populasi. Oleh karena itu, setiap orang dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai responden dalam suatu penelitian.

3.3.4 Sampling Size

Sampling size merupakan jumlah elemen yang akan diikutsertakan di dalam penelitian (Malhotra, 2010). Penentuan jumlah *sample* ini disesuaikan dengan banyaknya item pertanyaan yang ditanyakan dalam kuisisioner peneliti. Landasan untuk menentukan ukuran minimum sampel penelitian menurut Hair et al., (2010):

1. Jumlah sampel harus lebih banyak daripada jumlah variabel
2. Jumlah minimal *sample size* secara absolut adalah 50 observasi

3. Jumlah minimal sampel adalah 5 observasi per variabel

Jumlah variabel pada penelitian ini sebanyak 5 variabel dengan 5 item pertanyaan pada setiap variabelnya dan satu variabel dengan 4 item pertanyaan. Jumlah keseluruhan item pernyataan adalah 29 item. Maka dari itu, dapat ditentukan bahwa jumlah sampel minimum yang akan diambil pada penelitian ini adalah sebanyak: $5 \times 29 = 145$ responden. Namun dalam perkembangannya, penelitian ini berhasil mendapatkan 219 responden lalu yang akan digunakan 146 responden.

3.3.5 Sampling Process

Menurut Malhotra (2010), jenis data terbagi menjadi 2 yaitu Primary Data dan Secondary Data. Berikut penjelasannya:

1. *Primary Data* merupakan informasi yang dikumpulkan pertama kali dan digunakan dalam sebuah penelitian (Malhotra, 2010). Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan data pendukung Go-Pay melalui *website* yang tersedia. Data lain yang didapat adalah melalui survey kuesioner kepada pengguna Go-Pay

2. *Secondary Data* menurut Zikmund et al (2013) adalah data yang didapatkan peneliti dari berbagai sumber lain seperti artikel dari *internet*, buku, *literature* dan jurnal ilmiah. Pada penelitian ini, data didapat melalui beberapa jurnal ilmiah (seperti: science direct dan emerald insight), artikel dari internet.

Sumber data utama yang digunakan untuk melakukan hasil penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey kepada responden pengguna Go-Pay yang termasuk kedalam *target population*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebar secara acak menggunakan metode *non-probability sampling*. *Pre-test* dilakukan terlebih dahulu untuk menguji validitas dan

reliabilitas setiap indikator pada kuesioner. Minimal jumlah responden pada pre-test adalah 30 responden. Dalam penelitian ini, pre-test dilakukan secara *online* dan *offline* dan terkumpul sebanyak 30 responden. Kuesioner yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas *pre-test*, kemudian disebar secara online menggunakan Google Docs.

Link kuesioner disebar melalui personal chat dan komunitas virtual. Untuk personal chat, peneliti mengirimkan pesan kepada konsumen Go-Jek melalui line, facebook, dan path, pertimbangannya adalah karena banyak konsumen Go-Jek dalam akun line peneliti. Peneliti juga membuat postingan pada akun facebook yang peneliti punya karena cukup banyak friend list nya. Sedangkan untuk path, karena peneliti melihat cukup banyak orang lain mengunggah aktifitas melalui path.

Calon responden tentunya diberikan penjelasan mengenai penelitian yang dilakukan serta petunjuk pengisian kuesioner. Untuk meminimalisir hasil yang tidak sesuai dengan kriteria, dalam penyebaran kuesioner peneliti memberikan kriteria responden seperti: mengetahui pembayaran Go-Pay, pernah menggunakan Go-Pay, dan pernah melakukan top up pada akun Go-Pay sebanyak 1-3 kali. Hanya responden yang memenuhi kriteria atau kualifikasi yang akan digunakan datanya.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

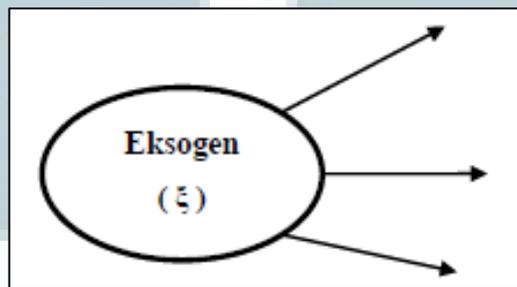
3.4.1 Variabel Eksogen

Variabel Eksogen adalah variabel yang muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model. Notasi matematik dari variabel laten

eksogen adalah huruf Yunani ξ (“ksi”) (Hair et al., 2010). Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan anak panah yang menuju keluar.

Dalam penelitian ini, ada 3 yang termasuk variabel eksogen yaitu *Perceived usefulness*, *perceived credibilty* dan *perceived self-efficacy*.

Berikut adalah gambar dari variabel eksogen:



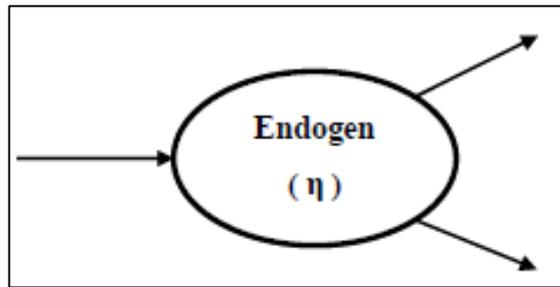
Sumber: Hair et al., 2010

Gambar 3. 5 Variabel Eksogen

3.4.2 Variabel Endogen

Variabel Endogen merupakan variabel yang terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Notasi matematik dari variabel laten endogen adalah η (“eta”) (Hair et al., 2010). Variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan setidaknya memiliki satu anak panah yang mengarah pada variabel tersebut. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel endogen adalah *Perceived ease of use*, *Attitude toward mobile payment*, dan *Behavior intention mobile payment*.

Berikut adalah gambar variabel endogen:



Sumber: Hair et al., 2010

Gambar 3. 6 Variabel Endogen

3.4.3 Variabel Teramati

Variabel teramati (observer variable) atau variabel terukur (measured variable) adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris, dan dapat disebut juga sebagai indikator. Pada metode survei menggunakan kuesioner mewakili sebuah variabel teramati. Simbol diagram dari variabel teramati adalah bujur sangkar/kotak atau persegi panjang (Hair et al., 2010). Pada penelitian ini, terdapat total 29 pertanyaan pada kuesioner, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah 29 indikator.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Untuk mengukur penelitian ini variabel yang digunakan dalam penelitian diperlukan indikator-indikator yang sesuai untuk mengukur sebuah variabel tersebut secara akurat. Indikator tersebut juga berguna untuk menghindari kesalahan pemahaman dalam mendefinisikan variabel-variabel yang digunakan. Dalam membuat instrumen pengukuran maka setiap variabel penelitian perlu untuk dijelaskan. Tujuan dari definisi operasional variabelnya untuk mempermudah dalam mendefinisikan pokok permasalahan yang ingin dibahas dengan menggunakan variabel-variabel tertentu, sehingga dapat menentukan persepsi dan

menghindari kesalah pahaman dalam mendefinisikan setiap variabel yang dianalisis.

Definisi operasional pada penelitian ini disusun berdasarkan teori yang menjadi dasar dengan indikator pertanyaan seperti pada tabel 3.1. Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah *likert scale 7* (tujuh) poin. Seluruh variabel diukur dengan skala likert 1 sampai 7 dengan angka satu menunjukkan sangat tidak setuju hingga angka tujuh menunjukkan sangat setuju. peneliti menggunakan skala likert 7 dikarenakan dapat mengukur perilaku dan sikap responden (Malhotra, 2010). Malhotra (2010) menganggap bahwa *Likert scale* ini memiliki keuntungan yaitu mudah untuk dibangun, dilaksanakan, dan dimengerti, namun memiliki kekurangan yaitu memakan waktu lebih banyak pada saat responden melakukan pengisian kuisisioner. Selain itu dalam penelitian ini merupakan orang-orang yang tergolong memiliki jenjang pendidikan yang cukup tinggi sehingga dapat membedakan perbedaan jarak dari 1 angka ke angka lainnya, misalnya responden mengetahui perbedaan antara makna angka 5 dan angka 6 sehingga informasi yang didapatkan tidak bias (Aaker, 2013) Tabel 3.1 definisi operasional penelitian dapat dilihat pada halaman berikutnya

U
M
N

TABEL DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variable	Definition	Measurement	Reference	Scaling Technique	
1	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived Usefulness</i> adalah Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989).	1 I believe using RFID payment system saves me time Saya percaya menggunakan Go-Pay dalam pembayaran pada aplikasi Go-Jek dapat menghemat waktu saya	Ozturk (2016)	Likert 1-7	
			2 I believe using RFID payment system enhances the effectiveness of the payment process Saya percaya menggunakan Go-Pay dapat mempercepat proses pembayaran Go-Jek.			Likert 1-7
			3 Using mobile banking would improve my performance in conducting banking transactions saya percaya Go-Pay dapat mengurangi biaya yang harus saya keluarkan dalam pembayaran Gojek	Luarn dan Lin (2005)	Likert 1-7	
			4 Using mobile banking would make it easier for me to conduct banking transactions saya percaya Go-Pay dapat memudahkan saya untuk pembayaran Go-Jek			Likert 1-7
			5 I would find mobile banking useful in conducting my banking transactions saya percaya Go-Pay sangat berguna untuk saya dalam pembayaran Go-Jek			

No	Variable	Definition	Measurement	Reference	Scaling Technique	
2	<i>Perceived Ease Of Use</i>	<i>Perceived Ease of Use</i> adalah Se jauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi mereka akan bebas dari segala upaya (Rouibah dan Abbas, 2010).	1	I believe using RFID payment systems will not make me more confused. menurut saya cara pembayaran Go-Pay pada aplikasi Go-Jek tidak membingungkan	Ozturk (2016)	Likert 1-7
			2	I believe my interaction with RFID payment systems will be easy to understand. menurut saya petunjuk penggunaan Go-Pay dalam pembayaran aplikasi Go-Jek mudah dimengerti.		
			3	Shopping using mobile application does not require great mental effort Menurut saya menggunakan Go-Pay dalam pembayaran Go-Jek tidak merepotkan	Natarajan <i>et al</i> (2017)	Likert 1-7
				4		
			5	Working with Mobile Applications is not complicated. menurut saya menggunakan Go-Pay dalam pembayaran Go-Jek tidak rumit		

No	Variable	Definition	Measurement	Reference	Scaling Technique	
3	<i>Attitude Toward Mobile Service</i>	<p><i>Attitude toward mobile service</i> adalah sebuah sikap seorang individu yang mendefinisikan Sebagai perilaku tersebut memiliki dampak positif atau negatif tentang melakukan sesuatu yang baru (Shin, 2009)</p>	1	I would have positive feelings towards using buying product form this site. menurut saya menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek merupakan hal yang positif.	Shin (2008)	Likert 1-7
			2	The thought of buying product from this website is appealing to me. saya memiliki ketertarikan untuk menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek.		Likert 1-7
			3	It would be a good idea to buy a product from this website. menurut saya menggunakan Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek adalah ide yang bagus.		Likert 1-7
			4	Working with the system is fun. menurut saya menggunakan Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek itu hal yang menyenangkan.	Venkatesh (2003)	Likert 1-7
						5

No	Variable	Definition		Measurement	Reference	Scaling Technique
4	<i>Perceived Credibility</i>	<i>perceived credibility</i> memiliki definisi sebagai sejauh mana seseorang dapat percaya bahwa penggunaan <i>mobile banking</i> tidak akan memiliki ancaman keamanan atau privasi (Wang et al, 2005).	1	Using mobile banking would not divulge my personal information.	Luarn dan Lin (2005)	Likert 1-7
				Menurut saya Go-Pay tidak akan membocorkan informasi pribadi saya		
			2	I would find mobile banking secure in conducting my banking transactions.		Likert 1-7
				Menurut saya Go-Pay aman digunakan dalam transaksi di Go-Jek		
			3	I would find mobile banking secure in requiring and receiving other information	Koenig-Lewis, Palmer & Moll (2010)	Likert 1-7
				Saya merasa aman dalam memberikan identitas pribadi pada saat menggunakan Go-Pay		
			4	I trust in the ability of mobile phone credit cards to protect my privacy.	Amin (2008)	Likert 1-7
				menurut saya Go-Pay dapat menjaga informasi privasi saya		
			5	A mobile phone credit card is really secure to use		Likert 1-7
				menurut saya Go-Pay sangat aman untuk digunakan dalam transaksi di Gojek		

No	Variable	Definition		Measurement	Reference	Scaling Technique
5	<i>Perceived Self-Efficacy</i>	<i>Perceived Self-Efficacy</i> adalah Sebuah rasa percaya diri yang dimiliki seseorang akan kemampuan untuk menggunakan mobile payment (Luarn dan Lin 2005).	1	I could conduct my banking transactions using the mobile banking systems if I had seen someone else using it before trying it myself.	Wang <i>et al</i> (2003)	Likert 1-7
				saya bisa menggunakan Go-Pay untuk pembayaran Go-Jek jika saya telah melihat orang lain menggunakannya sebelum saya mencobanya		
			2	I could conduct my banking transactions using the mobile banking systems if I could call someone for help if I got stuck.		Likert 1-7
				saya bisa menggunakan Go-Pay untuk pembayaran Go-Jek jika saya bisa menghubungi seseorang untuk mendapatkan bantuan jika saya menemui kesulitan		
			3	I could conduct my banking transactions using the mobile banking systems if someone showed me how to do it first.	Luarn dan Lin (2005)	Likert 1-7
				saya bisa menggunakan Go-Pay untuk pembayaran Go-Jek jika Seseorang menunjukkan cara melakukannya terlebih dahulu.		
			4	I could use RFID payment systems if someone else had helped me	Ozturk (2016)	Likert 1-7
				saya akan menggunakan Go-Pay jika seseorang bersedia mengajarkan saya/		
			5	I could use RFID payment systems if I had only software manuals for reference		Likert 1-7
				saya akan menggunakan Go-Pay jika petunjuk penggunaan tersedia		

No	Variable	Definition	Measurement	Reference	Scaling Technique	
6	<i>Behavior Intention mobile payment</i>	<i>behavior intention mobile payment</i> berarti sebuah motivasi yang dimiliki seseorang untuk berperilaku terhadap sesuatu dan merupakan indikasi betapa sulitnya orang untuk mencoba dan seberapa besar usaha yang mereka rencanakan untuk melakukan perilaku tersebut (Pietro <i>et al</i> , 2015)	1	Assuming that I have access to mobile banking systems, I intend to use them. setiap penggunaan Go-Jek, saya akan selalu menggunakan Go-Pay dalam pembayaran Go-Jek.	Luarn dan Lin (2005)	Likert 1-7
			2	I intend to increase my use of mobile banking in the future. saya berminat untuk meningkatkan pemakaian Go-Pay dalam pembayaran Go-Jek dimasa depan .		Likert 1-7
			3	I will continue to use mobile apps in the future. saya akan terus menggunakan Go-Pay untuk pembayaran Go-Jek	Kim, Yoon, dan Han (2014)	Likert 1-7
			4	I will try to use mobile payment in my daily life. saya akan menggunakan Go-Pay dalam setiap pembayaran Go-Jek.		Oliveira <i>et al</i> (2016)

UMN

3.6 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.6.1 Analisis Kuisisioner

Menurut Malhotra (2010) Kuisisioner merupakan teknik terstruktur untuk melakukan pengumpulan data, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, tertulis atau lisan yang dijawab oleh responden. Setiap kuisisioner memiliki tujuan spesifik. Pertama, kuisisioner harus dapat menggambarkan informasi yang diwakili oleh pertanyaan yang jelas sehingga responden dapat menjawab dengan baik. Kedua, kuisisioner harus dapat mengajak dan melibatkan responden untuk menjadi bagian yang terlibat dalam pengisian kuisisioner. Ketiga, sebuah kuisisioner harus meminimalisir kesalahan agar tidak mendapatkan informasi yang bias.

Tahapan dalam pembuatan kuisisioner adalah menentukan informasi yang dibutuhkan. Kemudian peneliti harus menentukan metode pengumpulan data. Selanjutnya peneliti harus dapat menentukan isi pertanyaan yang akan diberikan kepada responden. Peneliti juga harus dapat membuat pertanyaan yang mudah dimengerti oleh responden. Lalu peneliti harus menentukan struktur pertanyaan yang akan digunakan. Peneliti juga harus memperhatikan kata yang akan digunakan dalam kuisisioner. Selain itu, peneliti juga harus mengatur urutan pertanyaan dengan benar serta mengidentifikasi penempatan tata letak pertanyaan. Pada penelitian ini sebelum peneliti menyebarkan kuisisioner, peneliti mencari indikator yang sesuai dengan model penelitian yang akan diteliti. Setelah itu, peneliti melakukan seleksi terhadap responden penelitian. Kemudian peneliti menyebarkan kuisisioner secara offline dan online.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Zikmund *et al* (2013) adalah proses transformasi data mentah dengan cara yang menggambarkan karakteristik dasar seperti kecenderungan, distribusi, dan variabilitas sentral. Kemudian analisis deskriptif terbagi menjadi dua yaitu *Cross-sectional design* dan *longitudinal design*. *Cross-sectional design* sendiri terdiri dari dua teknik yaitu, *single cross-sectional* (pengambilan data hanya dalam satu kelompok) dan *multiple cross sectional design* (pengambilan data dalam beberapa kelompok). Dari kedua teknik tersebut, peneliti menggunakan teknik *single cross-sectional*. Dalam penelitian ini peneliti mengambil satu kelompok yaitu orang yang pernah menggunakan Go-Pay 1-3 kali. Data yang sudah jadi akan menjadi statistik yang dapat berupa *mean*, *median*, *mode*, *range*, *varian* dan standard deviasi yang menjadi *descriptive statistic* (Zikmund *et al*, 2013). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis deskriptif yang digunakan untuk mengelompokkan jawaban responden

Data yang sudah menjadi deskripsi statistik berupa *mean* dan diukur dengan menggunakan skala interval. Skala interval adalah skala yang bersifat nominal dan ordinal, skala interval sangat berguna karena dapat menangkap jumlah realtif dalam jarak pengamatan.

3.6.3 Uji Pre-Test

Menurut Malhotra (2010) pretesting merupakan pengujian yang dilakukan terhadap kuisisioner untuk mengidentifikasi dan menghilangkan potensi masalah yang dapat terjadi. Pengujian kuisisioner ini dilakukan dengan melibatkan sampel responden yang kecil. Biasanya, ukuran sampel dalam melakukan pretest

bervariasi mulai dari 15 sampai 30 orang responden tergantung pada keberagaman daripada populasi sasaran. Sebagai aturan umum, kuisioiner tidak boleh digunakan dalam melakukan survey tanpa didahului dengan melakukan pretesting. Pretest akan semakin baik jika dilakukan dengan *interview* secara perseorangan, bahkan jika survei yang sebenarnya dilakukan melalui email, telepon atau sarana elektronik lainnya, karena pewawancara atau peneliti dapat mengamati reaksi dan sikap responden. Dalam uji pre-test penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioiner kepada 30 responden dengan cara offline. Hasil daripada penelitian pre-test diolah menggunakan software SPSS versi 23 untuk menguji validitas dan reliabilitas dari alat ukur pengolahan data yaitu kuisioiner sehingga dapat diandalkan dan konsisten.

3.6.1.1 Uji Validitas

Dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur (*measurement*) yang digunakan benar-benar mengukur apa yang ingin diukur (*variable*) (Malhotra, 2010). Suatu indikator dikatakan valid jika pernyataan indikator mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh indikator tersebut. Semakin tinggi validitas akan menunjukkan semakin valid sebuah penelitian. *Construct validity* adalah Merupakan metode yang digunakan untuk pembangunan teori dengan cara pembuktian menggunakan data *statistic* (Westen dan Rosenthal, 2003). Dalam penelitian ini, uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan metode *Factor Analysis*. , ketika syarat-syarat pada tabel 3.2 berikut terpenuhi:

Tabel 3. 2 Uji Validitas

NO	Ukuran Validitas	Nilai Disyaratkan
1	<p>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) <i>Measure of Sampling Adequacy</i> adalah sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan variabel analisis.</p>	<p>Nilai KMO ≥ 0.5 mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai, sedangkan nilai KMO < 0.5 mengindikasikan analisis faktor tidak memadai (Malhotra, 2010).</p>
2	<p>Bartlett's Test of Sphericity Merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel-variabel tidak berkorelasi pada populasi. Dengan kata lain, mengindikasikan bahwa matriks korelasi adalah matriks identitas, yang mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor bersifat related ($r = 1$) atau unrelated ($r = 0$).</p>	<p>Jika hasil uji nilai signifikan ≤ 0.05 menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan. (Malhotra, 2010).</p>
3	<p>Anti Image Matrices Untuk memprediksi apakah suatu variabel memiliki kesalahan terhadap variabel lain.</p>	<p>Memperhatikan nilai <i>Measure of Sampling Adequacy</i> (MSA) pada <i>diagonal anti image correlation</i>. Nilai MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1 dengan kriteria:</p>
		<p>Nilai MSA = 1, menandakan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.</p>
		<p>Nilai MSA ≥ 0.50 menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.</p>
<p>Nilai MSA ≤ 0.50 menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Perlu dikatakan pengulangan perhitungan analisis faktor dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai MSA ≤ 0.50. (Malhotra, 2010).</p>		

NO	Ukuran Validitas	Nilai Disyaratkan
4	Factor Loading of Component Matrix Merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruksi setiap variabel.	Kriteria validitas suatu indikator itu dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki factor loading ≥ 0.50 (Malhotra, 2010).

Sumber: Malhotra (2010).

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Sebuah penelitian dapat diketahui tingkat kehandalan melalui sebuah uji reliabilitas (Malhotra, 2010). Tingkat kehandalan dapat dilihat dari jawaban terhadap sebuah pernyataan yang konsisten dan stabil. Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa konsisten hasil pengukuran sebuah alat ukur (measurement) ketika digunakan berkali-kali (Malhotra, 2010). (George & Mallery, 2003) dalam (Gliem & Gliem, 2003) memberikan rules of thumb sebagai berikut untuk pengukuran reliabilitas:

Tabel 3. 3 Nilai Ukuran Reliabilitas

≥ 9	Excellent
≥ 8	Good
≥ 7	Acceptable
≥ 6	Questionable
≥ 5	Poor
≤ 5	Unacceptable

dapat diartikan bahwa sekurang-kurangnya nilai Cronbach Alpha tidak boleh kurang dari 0.5, dan tergolong baik jika nilai Cronbach Alpha lebih besar daripada 0.7.

3.6.3 Structural Equation Model (SEM)

Pada penelitian ini data akan dianalisis dengan menggunakan metode *structural equation model* (SEM) yaitu merupakan sebuah teknik statistik *multivariate* yang menggabungkan beberapa aspek dalam regresi berganda yang bertujuan untuk 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).

Dari segi metodologi, SEM memiliki beberapa peran, yaitu diantaranya sebagai sistem persamaan simultan, analisis kausal linier, analisis lintasan (*path analysis*), *analysis of covariance structure*, dan model persamaan struktural (Hair et al., 2010). Analisa hasil penelitian menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) karena model penelitian ini memiliki lebih dari 1 variabel endogen. Software yang digunakan adalah LISREL versi 8.80 untuk melakukan uji validitas, realibilitas, hingga uji hipotesis penelitian. Struktural model disebut juga *latent variable relationship*.

3.6.3.1 Variabel-variabel dalam SEM

Dalam SEM dikenal dua jenis variabel, yaitu variabel laten (*latent variables*) dan variabel terukur (*measured variables*) atau disebut juga variabel teramati (*observed variables*). Variabel laten atau konstruk laten merupakan konsep abstrak yang menjadi kunci perhatian pada SEM. Sedangkan variabel terukur adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut sebagai indikator (Hair et al., 2010). Ada dua jenis variabel laten, yaitu

eksogen dan endogen. Variabel eksogen yang memiliki notasi matematik ξ (“ksi”) merupakan variabel yang selalu muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model. Sedangkan variabel endogen yang memiliki notasi matematik η (“eta”) merupakan variabel yang terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya adalah variabel bebas (Hair et al., 2010).

3.6.3.2 Tahapan Prosedur SEM

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

1. Membentuk model teori sebagai dasar model SEM yang mempunyai justifikasi teoritis 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 untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang diuji.
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*.

Problem identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala berikut:

- a. Standard Error untuk salah satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
- b. Program ini mampu menghasikan 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* 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 dengan perbandingan 5 obesrvasi untuk setiap parameter estimate
- b. Normalitas dan linearitas
- c. Outliers
- d. Multicolinierity dan singularity

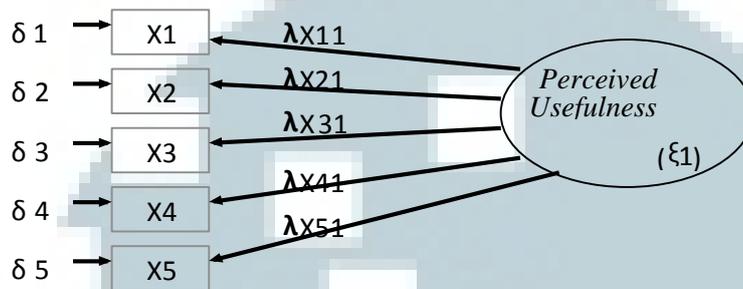
7. Menginterpretasikan hasil yang didapat dan mengubah model jika diperlukan

3.6.3.3 Model Pengukuran

Pada penelitian ini terdapat enam model pengukuran berdasarkan variabel yang diukur, yaitu :

1. *Perceived Usefulness*

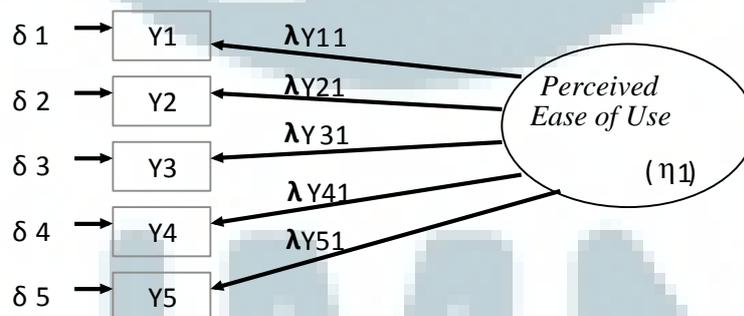
Model ini terdiri dari lima pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *perceived usefulness*. Variabel laten ξ_1 mewakili *perceived usefulness* dan memiliki lima indikator pernyataan.



Gambar 3. 7 Model Pengukuran *Perceived Usefulness*

2. *Perceived Ease of Use*

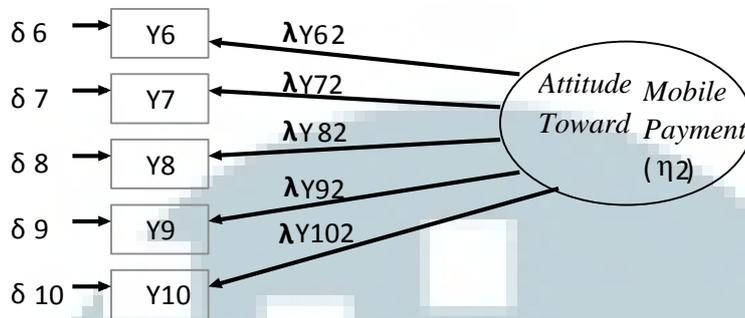
Model ini terdiri dari lima pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *perceived ease of use*. Variabel laten η_1 mewakili *perceived ease of use* dan memiliki lima indikator pernyataan.



Gambar 3. 8 Model Pengukuran *Perceived Ease of Use*

3. *Attitude Toward Mobile Payment*

Model ini terdiri dari lima pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Attitude Toward*

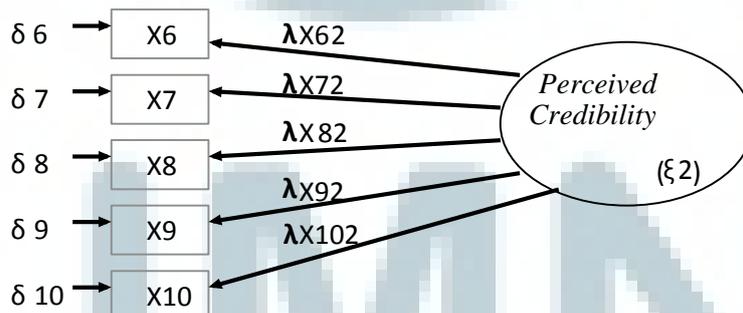


Mobile Payment. Variabel laten η_2 mewakili *Attitude Toward Mobile Payment* dan memiliki lima indikator pernyataan.

Gambar 3. 9 Model Pengukuran Attitude Toward Mobile Payment

4. *Perceived Credibility*

Model ini terdiri dari lima pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Credibility*. Variabel laten ξ_2 mewakili *perceived credibility* dan memiliki lima indikator pernyataan.

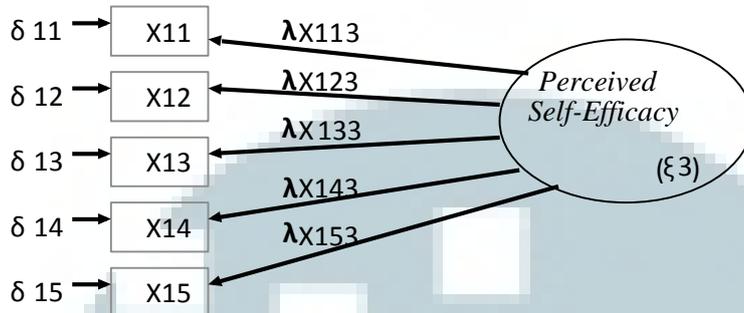


Gambar 3. 10 Model Pengukuran Perceived Credibility

5. *Perceived Self-Efficacy*

Model ini terdiri dari lima pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *perceived self-*

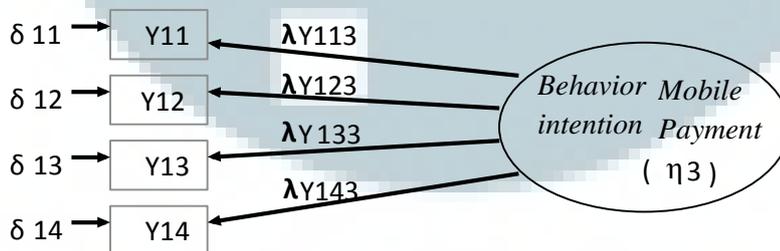
efficacy. Variabel laten ξ_3 mewakili *perceived self-efficacy* dan memiliki lima indikator pernyataan.



Gambar 3. 11 Model Pengukuran *Perceived Self-Efficacy*

6. *Behavior Intention Mobile Payment*

Model ini terdiri dari lima pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis (1st CFA)* yang mewakili satu variabel laten yaitu *behavior intention mobile payment*. Variabel laten η_3 mewakili *behavior intention mobile payment* dan memiliki empat indikator pernyataan.



Gambar 3. 12 Model Pengukuran *Behavior Intention Mobile Payment*

3.6.3.4 Kecocokan Model Pengukuran (Measurement model fit)

Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap konstruk atau model pengukuran (hubungan antara sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati/indikator) secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran (Hair et al., 2010).

1. Evaluasi terhadap validitas

Suatu variabel dapat dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya, jika:

- a. Nilai T-Value faktornya (*loading factors*) lebih besar dari nilai kritis (≥ 1.96)
- b. Muatan faktor standarnya (*standardized factor loading*) ≥ 0.50 .

2. Evaluasi terhadap reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Berdasarkan Hair et al., (2010) suatu variabel dapat dikatakan mempunyai reliabilitas baik jika :

- a. Nilai construct reliability (CR) ≥ 0.70

Construct Reliability merupakan sistem mengolah factor loading dari setiap konstruksi dan menyimpulkan error variance dalam sebuah konstruksi. Suatu variabel dinilai mempunyai realibilitass yang baik jika memenuhi syarat berikut (Hair et al., 2010).

- b. Nilai Variance Extracted (AVE) ≥ 0.50

Menurut Malhotra (2010) *average variance extracted* (AVE) merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai validitas konvergen dan diskrimian yang didefinisikan sebagai varians dalam indikator atau variabel diamati yang dijelaskan oleh konstruksi laten

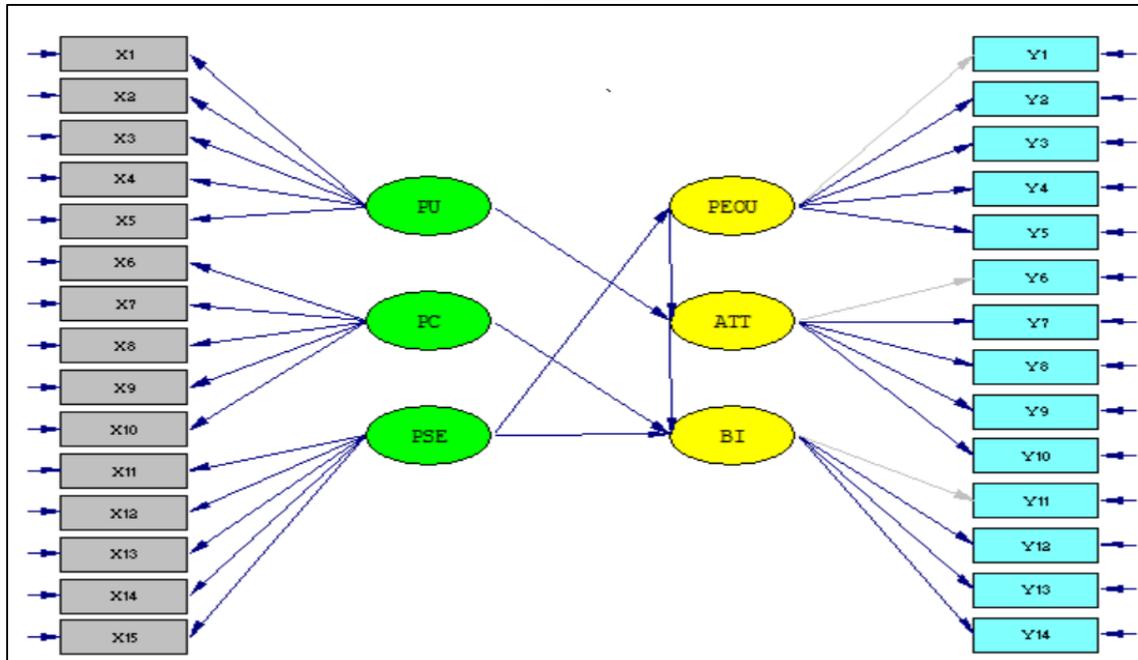
Berdasarkan Hair et al., (2010) ukuran tersebut dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std. loading})^2}{(\sum \text{std. loading})^2 + \sum e}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{std. loading}^2}{\sum \text{std. loading}^2 + \sum e}$$

3.6.3.5 Model Struktural

Adapun model struktural penelitian ini dirangkum pada gambar 3.7



Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Gambar 3. 13 Model Keseluruhan Penelitian

Structural model adalah kumpulan dari satu atau lebih hubungan ketergantungan yang menghubungkan konstruksi model yang dihipotesiskan (Hair *et al*, 2010). Structural model paling berguna dalam mempresentasikan keterikatan antara variabel antara konstruksi (Hair *et al*, 2010).

3.6.3.6 Kecocokan Model Struktural

Menurut Hair *et al.*, (2010) struktural model (structural model), disebut juga latent variable relationship. Persamaan umumnya adalah:

$$\eta = \gamma \zeta + \zeta$$

$$\eta = B\eta + \Gamma\zeta + \zeta$$

Confirmatory Factor Analysis (CFA) sebagai model pengukuran (measurement model) terdiri dari dua jenis pengukuran, yaitu:

Model pengukuran untuk variabel eksogen (variabel bebas).

Persamaan umumnya:

$$X = \Lambda_x \xi + \zeta$$

Model pengukuran untuk variabel endogen (variabel tak bebas).

Persamaan umumnya:

$$Y = \Lambda_y \eta + \epsilon$$

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi:

ζ tidak berkorelasi dengan ξ .

ϵ tidak berkorelasi dengan η .

δ tidak berkorelasi dengan ξ .

ζ , ϵ , dan δ tidak saling berkorelasi (mutually correlated).

$\gamma - \beta$ 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.

ζ (ksi) = vektor random dari variabel laten eksogen.

ϵ (epsilon) = vektor kekeliruan pengukuran dalam y .

δ (delta) = vektor kekeliruan pengukuran dalam x .

λ_y (lambda y) = matrik koefisien regresi y atas η .

λ_x (lambda x) = matrik koefisien regresi x atas ξ .

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

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

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

Untuk menentukan model structural menurut Hair et al., (2010) mengelompokan GOF (Goodness of Fit Indices) atau ukuran GOF menjadi 3 bagian, yaitu *absolute fit measurment* (ukuran kecocokan absolut), *incremental fit measurment* (ukuran kecocokan inkremental), dan *parsimonious fit measures* (ukuran kecocokan parsimoni). *Absolute fit measure* digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian.

Incremental fit measures digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang disebut sebagai *null model* atau *independence model*.

Parsimonious fit measures digunakan untuk mengukur kehematan model, yaitu model yang mempunyai degree of fit setinggi-tingginya untuk setiap *degree of freedom*.

Menurut Hair et al., (2010), uji structural model dapat dilakukan dengan mengukur *goodness of fit model* (GOF) yang menyertakan kecocokan nilai:

1. Nilai χ^2 dengan DF
2. Satu kriteria absolute fit index (i.e., GFI, RMSEA, SRMR, Normed Chi-Square)
3. Satu kriteria incremental fit index (i.e., CFI atau TLI)
4. Satu kriteria goodness-of-fit index (i.e., GFI, CFI, TLI)
5. Satu kriteria badness-of-fit index (RMSEA, SRMR)

Adapun hal penting yang perlu diperhatikan dalam uji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan yang dapat dilihat pada tabel 3.3

3.6.3.7 Analisis Hubungan Kausal

Menurut Lind *et al* (2012) uji hipotesis adalah sebuah prosedur yang berdasarkan bukti sample dan teori probabilitas untuk menentukan apakah hipotesis merupakan sebuah pernyataan yang masuk akal dan hipotesis sendiri merupakan sebuah pernyataan tentang populasi. Menurut Lind, Marchal, dan Wathen (2012), ada 5 langkah untuk melakukan uji hipotesis, yaitu:

1. Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1) (*State Null and Alternative Hypothesis*)

Langkah pertama adalah menyatakan bahwa hipotesis nol atau H_0 , yang dimana “H” merupakan singkatan dari hipotesis dan angka 0 merupakan “no difference”. *Null Hypothesis* atau H_0 merupakan sebuah pernyataan mengenai nilai parameter sebuah populasi yang dikembangkan untuk tujuan pengujian. H_0 dinyatakan ditolak jika data sampel dapat memberikan bukti yang menyakinkan bahwa itu salah. Sedangkan untuk pernyataan hipotesis alternatif atau H_1 diterima jika data sampel dapat memberikan bukti yang cukup bahwa hipotesis nol itu salah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sebanyak 6 hipotesis..

2. Pilih Tingkat Signifikansi (*Select a level of significance*)

Setelah membuat hipotesis nol dan hipotesis alternative, langkah berikut adalah menyatakan tingkat signifikansi. *Level of Significance* (α) merupakan probabilitas untuk menolak hipotesis nol jika benar. Pada *level of significance* terdapat 2 jenis *error*, yaitu:

- a. *Type error* (α)

Tipe *error* terjadi ketika hasil sampel menolak H_0 . Tipe *error* ini juga dikenal sebagai *level of significant*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tingkat toleransi 0.05.

b. *Type II error* (β)

Tipe *error* terjadi ketika hasil sample tidak menunjukkan penolakan H_0 .

3. Pilih Statistik Uji (*Select The Test Statistic*)

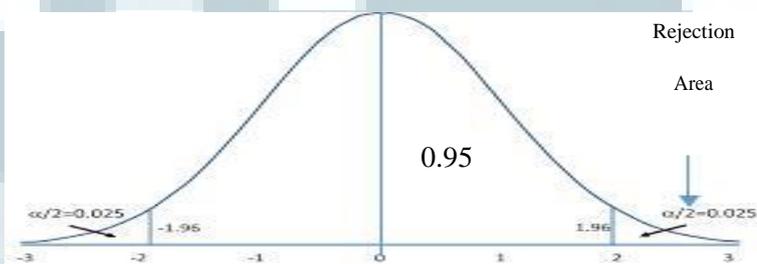
Statistic uji merupakan sebuah nilai yang ditentukan dari informasi sampel dan digunakan untuk menentukan apakah hipotesis nol akan ditolak. Untuk menentukan *t-value* diterima atau ditolak berdasarkan hasil dari perhitungan, apabila hasil *t-value* lebih besar daripada nilai kritikal maka H_0 ditolak. Pada penelitian ini peneliti menggunakan acuan $t\text{-value} \geq 1.96$. berdasarkan Lind *et al* (2012) penelitian tentang *consumer research* akan menggunakan tingkat toleransi (α) sebesar 0.05, dari hal tersebut peneliti menggunakan tabel distribusi t two tail ($\alpha/2$) dan melihat hasil degree of freedom (df) dari hasil output Lisrel maka ditemukan hasil angka 1,96 dari tabel t.

4. Merumuskan Aturan Keputusan (*Formulate The Decision Rule*)

Aturan keputusan merupakan pernyataan dari kondisi khusus dimana H_0 ditolak. Daerah atau area penolakan mendefinisikan semua lokasi yang nilainya sangat besar atau sangat kecil sehingga probabilitas yang muncul dibawah H_0 . Pada penelitian ini, peneliti menggunakan level of confidence sebesar 95% atau 0.95 (Hair *et al*, 2010).

5. Membuat keputusan (*Make Decision*)

Pada tahap terakhir dalam pengujian hipotesis adalah menghitung uji statistik. Pada tahap ini akan membandingkannya dengan nilai kritis dan membuat keputusan apakah akan menolak atau tidak menolak H_0 . Pada penelitian ini, peneliti akan membandingkan nilai t-value hasil output software LISREL 8.80 dengan nilai kritis dan akan membuat keputusan dari hasil itu apakah H_0 akan diterima atau ditolak.



Sumber : Lind *et al*, 2009

Gambar 3. 14 Two Tail

3.6.3.8 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengukur proporsi dari sebuah variabel dependen yang berarti bahwa koefisien determinasi dapat dari independent predictor dan variabel (Hair *et al*, 2010)

Menurut Joreskog (1999) dalam Wijanto (2008) koefisien determinasi pada persamaan struktural tidak mempunyai interpretasi yang jelas dan untuk menginterpretasikan R^2 seperti pada persamaan regresi. Dalam hal ini kita harus menggunakan data dari hasil pengolahan data pada software LISREL 8.80 pada bagian *reduced form equation*.

Tabel 3. 4 Goodness Of Fit

FIT INDICES		CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES					
		N < 250			N > 250		
		m ≤ 12	12 < m < 30	M ≥ 30	m < 12	12 < m < 30	M ≥ 30
Absolute Fit Indices							
1	Chi-Square (χ^2)	Insignificant p-values expected	Significant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Significant p-values expected
2	GFI	GFI > 0.90					
3	RMSEA	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.95	RMSEA < 0.08 with CFI > 0.92	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.92	RMSEA < 0.07 with RMSEA ≥ 0.90
4	SRMR	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI ≥ 0.95)	SRMR < 0.09 (with CFI > 0.92)	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)
5	Normed Chi-Square (χ^2/DF)	$(\chi^2/DF) < 3$ is very good or $2 \leq (\chi^2/DF) \leq 5$ is acceptable					
Incremental Fit Indices							
1	NFI	$0 \leq NFI \leq 1$, model with perfect fit would produce an NFI of 1					
2	TLI	TLI ≥ 0.97	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI > 0.90
3	CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI > 0.90
4	RNI	May not diagnose misspecification well	RNI ≥ 0.95	RNI > 0.92	RNI ≥ 0.95, not used with N > 1,000	RNI > 0.92, not used with N > 1,000	RNI > 0.90, not used with N > 1,000
Parsimony Fit Indices							
1	AGFI	No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit					
2	PNFI	$0 \leq NFI \leq 1$, relatively high values represent relatively better fit					

Note: m=number of observed variables; N applies to number of observations per group when applying CFA to multiple groups at the same time

Sumber: Hair et al (2010)