



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.

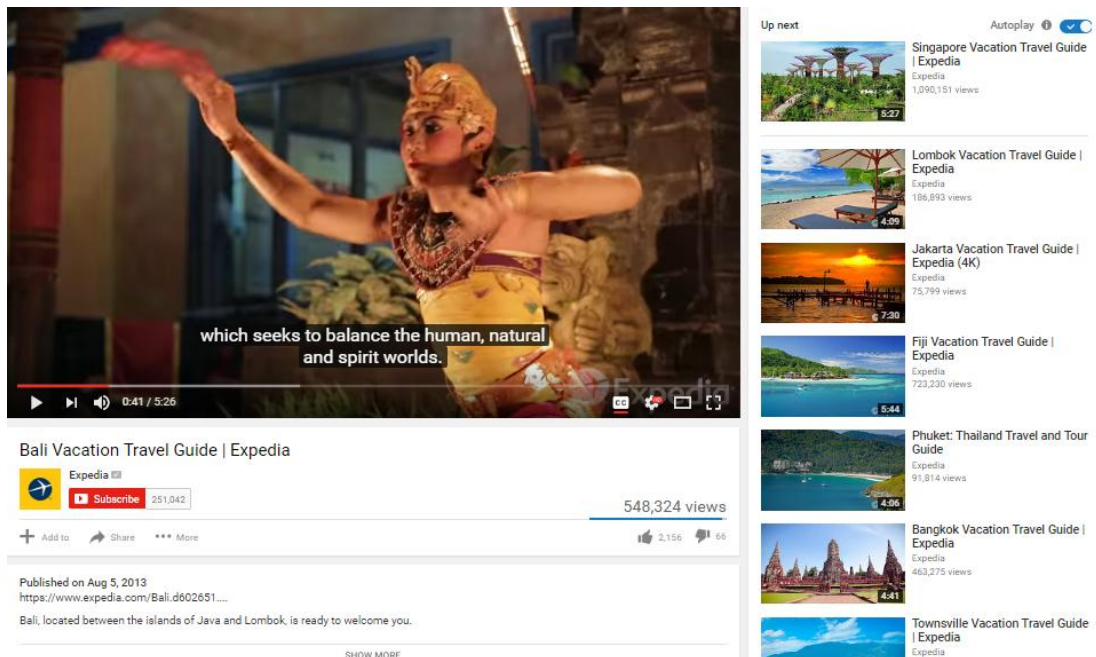
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Expedia adalah salah satu portal perjalanan online dengan pertumbuhan tercepat di Asia, yang menawarkan kepada para pelancong beragam pilihan hotel, aktivitas, dan layanan perjalanan yang sesuai untuk setiap budget serta berbagai jenis aktivitas dengan tarif yang kompetitif. Dengan lebih dari ratusan ribu mitra hotel di seluruh dunia dan penawaran yang komprehensif untuk inventaris penerbangan yang tersedia di situs web, pelancong dapat memesan apa pun yang mereka butuhkan untuk liburan - kamar yang sesuai untuk setiap budget, berbagai jenis aktivitas, dan layanan perjalanan sebagai pelengkap.

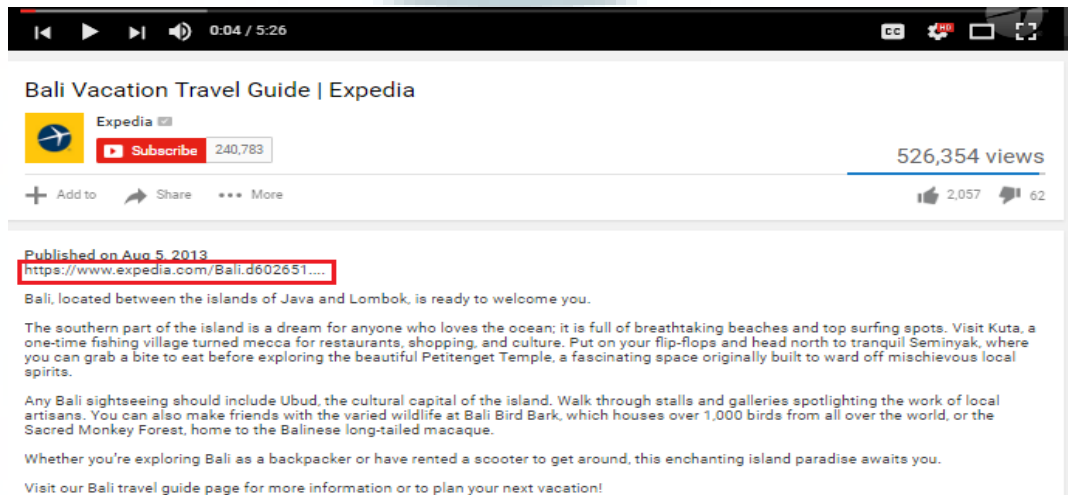
Expedia memiliki cara yang unik untuk mengiklankan produknya yaitu melalui iklan di media youtube. Iklan dari Expedia ini dibentuk secara menarik yaitu dengan memberikan travel guide di masing-masing kota yang menjadi tujuan destinasi wisata. Dalam video tersebut akan diceritakan mengenai objek-objek wisata yang menarik yang wajib dikunjungi serta diceritakan mengenai budaya dan sejarah dari objek wisata tersebut.



Sumber: Expedia Youtube Channel

Gambar 3. 1 Tampilan Video Ads Expedia

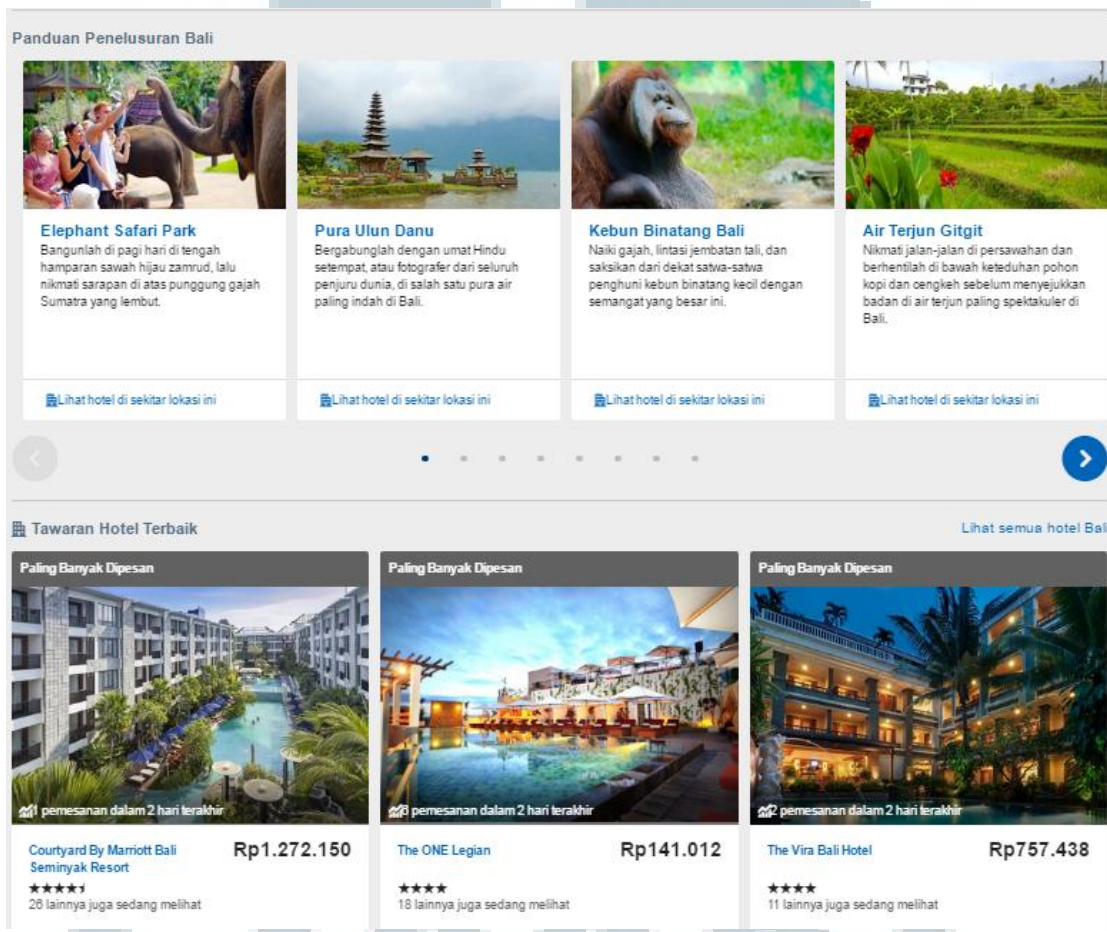
Setelah melihat iklan tersebut dan kita tertarik untuk melakukan kunjungan ke tempat yang kita lihat dari video tersebut, kita bisa langsung klik ke link yang ada di bagian description video tersebut.



Sumber: Expedia Youtube Channel

Gambar 3. 2 Link Untuk Website Expedia

Setelah mengklik link nya maka kita akan langsung terhubung ke website atau aplikasi Expedia untuk smartphone, dimana semua akomodasi perjalanannya sudah diatur dan kita hanya tinggal memilih saja mau tinggal di dekat objek wisata apa, lalu tiket pesawat sudah ditentukan kita hanya tentukan tanggalnya saja, dan kita juga bisa menyewa mobil untuk memudahkan perjalanan kita untuk berwisata.



Sumber: Expedia.co.id

Gambar 3. 3 Akomodasi yang ditawarkan setelah kita mengklik link tersebut

Lalu untuk yang menyewa mobil, kita akan langsung terhubung ke harga sewa mobil dan apa saja yang termasuk di harga sewa mobil tersebut. Disini kita dapat

langsung memesan dengan menekan tombol pilih dan kita juga bisa melakukan penawaran harga by email dengan penyedia jasa sewa mobil tersebut.

Toyota Avanza atau serupa
Minivan 5 kursi

Terlaris

Termasuk Tanpa Biaya

- ✓ Pembebasan Kerusakan atas Tabrakan
- ✓ Perlindungan Terhadap Pencurian
- ✓ Pembatalan
- ✓ Perubahan

Rp 1.839.000
Harga untuk 3 hari

Pilih

Email Penawaran Harga

Toyota Innova atau serupa
Minivan 7 kursi

Terlaris

Termasuk Tanpa Biaya

- ✓ Pembebasan Kerusakan atas

Sumber: Expedia.co.id

Gambar 3. 4 Halaman untuk sewa mobil dari link video tersebut

3.2 Jenis dan Design Penelitian

Menurut Malhotra (2010) design penelitian adalah sebuah kerangka kerja untuk membangun riset penelitian dengan prosedur khusus yang dibutuhkan untuk memperoleh informasi dan menyelesaikan masalah pada riset penelitian.

Design penelitian terdiri dari dua jenis yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design* (Malhotra, 2010):

1. ***Exploratory Research Design*** adalah penelitian yang tujuan utamanya untuk mencari sebuah gagasan dan pemahaman terhadap suatu permasalahan yang sedang dihadapi.
2. ***Conclusive Research Design*** adalah penelitian yang digunakan untuk membantu para pengambil keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih pilihan tindakan pada suatu kasus tertentu. Tujuan yang ingin dicapai melalui design penelitian ini adalah melakukan pengujian terhadap sebuah hipotesis serta hubungan-hubungan antara variable yang terdapat di dalamnya.

Conclusive Research Design terbagi menjadi dua, yaitu:

1. ***Descriptive Research*** adalah penelitian yang dirancang dengan tujuan untuk mendeskripsikan suatu permasalahan atau fenomena yang ada. Metode pengambilan data dapat dilakukan dengan survey, panel, observasi, atau data sekunder kuantitatif.
2. ***Causal Research*** adalah penelitian yang dirancang untuk membuktikan hubungan sebab akibat antar variable dengan metode pengambilan data eksperimen.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *Conclusive Research Design* dengan metode *Descriptive Research*. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data secara *cross sectional design* yaitu pengumpulan informasi yang dilakukan satu kali dari sample (responden) dalam satu waktu tertentu (Malhotra, 2010). Dengan cara *survey*, *survey* akan dilakukan dengan menggunakan kuisioner

dengan memberikan pertanyaan terstruktur kepada sampel dari populasi dan dirancang untuk memperoleh informasi dari responden (Malhotra, 2010). Responden akan menjawab pertanyaan dengan skala 1 sampai 7 *Likert*.

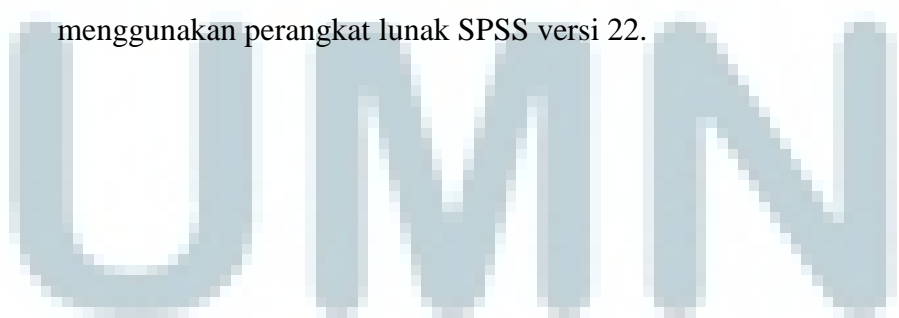
Penelitian ini secara umum akan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk melakukan pemesanan akomodasi perjalanan menggunakan aplikasi Expedia dari melihat *Content Video Ads* Expedia di Youtube. Dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *perceived esthetics*, *narrative structure*, *Self-reference*, *Attitude toward ads* dan *Intention to use apps*.

3.3 Prosedur Penelitian

Berikut merupakan prosedur dari penelitian ini:

1. Mengumpulkan berbagai literatur dan jurnal yang mendukung penelitian ini serta melakukan modifikasi terhadap model penelitian, hipotesis penelitian, dan menyusun kerangka penelitian.
2. Menyusun *draft* kuisisioner yang akan diberikan kepada responden. Pemilihan kata yang tepat pada kuisisioner bertujuan agar responden lebih mudah memahami isi dari pernyataan, sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Membagikan kuisisioner kepada responden secara online. Penulis menyebarkan kuisisioner melalui sosial media yang dimiliki dan dibantu oleh teman dan kerabat penulis untuk menyebarkan kuisisioner tersebut kepada orang-orang yang mereka kenal.

4. Melakukan *pre-test* dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden terlebih dahulu, sebelum melakukan pengumpulan kuesioner dalam jumlah yang lebih besar.
5. Hasil data dari *pre-test* 30 responden tersebut dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS version 22. Jika hasil *pre-test* tersebut memenuhi syarat, maka kuesioner dapat dilanjutkan ke proses selanjutnya yaitu pengambilan data besar yang sudah ditentukan $n \times 5$ observasi sampai dengan $n \times 10$ observasi (Hair et al., 2010). Pada penelitian ini, penulis menggunakan $n \times 5$ observasi.
6. Kuesioner kemudian disebarluaskan kepada responden dalam jumlah yang besar, sesuai dengan jumlah sampel penelitian. Penentuan jumlah sampel sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh Hair et al., (2010) bahwa penentuan banyaknya sampel sesuai dengan banyaknya jumlah item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner tersebut, dimana dengan mengasumsikan $n \times 5$ sampai dengan $n \times 10$ observasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan $n \times 5$.
7. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis kembali dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22.



3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Malhotra (2010) populasi adalah sekumpulan elemen yang memiliki serangkaian karakteristik tertentu. Populasi pada penelitian ini adalah orang yang mengetahui Video Bali Vacation Travel guide di channel Youtube Expedia.

3.4.1 Sampel Unit

Sampel unit adalah suatu dasar yang mengandung unsur-unsur dari populasi yang akan dijadikan sampel (Malhotra, 2010). Sampel unit dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melihat Bali Video Vacation Guide Expedia di Youtube, dan pernah mengakses link di video tersebut sehingga terhubung ke website Expedia atau aplikasi Expedia, pernah melakukan perjalanan ke Bali dalam kurun waktu 1 tahun terakhir serta memiliki rencana berlibur di Bali selama tahun 2017, dan mau melakukan perencanaan perjalanan ke Bali melalui aplikasi Expedia dengan rentang usia 18-35 tahun.

3.4.2 Time Frame

Malhotra (2010) menyatakan bahwa *time frame* mengacu pada jangka waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpulkan data hingga mengolahnya. Time Frame dari penelitian ini adalah bulan Mei 2017 sampai dengan Juni 2017.

3.4.3 Sample Size

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini disesuaikan dengan banyaknya jumlah indikator pertanyaan yang digunakan pada kuisioner. Dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi sampai dengan $n \times 10$ observasi (Hair, *et al.*, 2010). Pada penelitian ini,

penulis menggunakan $n \times 5$ dengan 20 indikator pertanyaan yang digunakan untuk mengukur 5 variabel. Sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 20 indikator pertanyaan dikalikan 5 sama dengan 100 responden.

3.4.4 Sampling Technique

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* yaitu teknik sampling tanpa menggunakan sistem peluang, tidak semua bagian dari populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Tetapi responden dipilih berdasarkan karakteristik atau kriteria yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian tersebut (Malhotra, 2010).

Teknik yang digunakan merupakan *judgemental sampling technique* yaitu sample unit yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis (Malhotra, 2010). Adapun alasan penulis menggunakan *judgemental sampling technique* pada proses pengambilan sampel dikarenakan penelitian ini memiliki beberapa kriteria responden yaitu orang yang pernah melihat Bali Video Vacation Guide Expedia di Youtube, dan pernah mengakses link di video tersebut sehingga terhubung ke website Expedia atau aplikasi Expedia, pernah melakukan perjalanan ke Bali dalam kurun waktu 1 tahun terakhir serta memiliki rencana berlibur di Bali selama tahun 2017, dan mau melakukan perencanaan perjalanan ke Bali melalui aplikasi Expedia dengan rentang usia 18-35 tahun.

Proses pengumpulan data menggunakan metode *single cross sectional* yaitu metode pengumpulan informasi yang hanya dilakukan satu kali dalam satu waktu

tertentu (Malhotra, 2010). Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dengan menyebarkan kuisioner secara langsung dan *online* melalui *google docs* kepada responden yaitu orang yang pernah melihat Bali Video Vacation Guide Expedia di Youtube, dan pernah mengakses link di video tersebut sehingga terhubung ke website Expedia atau aplikasi Expedia, pernah melakukan perjalanan ke Bali dalam kurun waktu 1 tahun terakhir serta memiliki rencana berlibur di Bali selama tahun 2017, dan mau melakukan perencanaan perjalanan ke Bali melalui aplikasi Expedia dengan rentang usia 18-35 tahun.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain, namun tidak dipengaruhi oleh variable lain 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, yang termasuk variabel eksogen adalah *Perceived Esthetics*, *Narrative Structure*, dan *Self-Reference*.

3.5.2 Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model atau dipengaruhi oleh variabel lain 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 *Attitude toward ads*, dan *Intention to use apps*.

3.5.3 Variabel Teramati

Variabel teramati (*observed variable*) atau variabel terukur (*measured variable*) adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris, dan dapat disebut juga sebagai indikator. Pada metode *survey* menggunakan kuisioner mewakili sebuah variabel teramati. Simbol dari variabel teramati adalah bujur sangkar/kotak atau persegi panjang (Hair *et al.*, 2010) Pada penelitian ini, terdapat total 20 pertanyaan pada kuesioner, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah 20 indikator.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini maka dibuatlah indikator yang sesuai agar dapat mengukur *variable* secara akurat. Penggunaan indikator juga dimaksudkan untuk menyamakan persepsi dan menghindari kesalahpahaman dalam mendefinisikan variabel yang dianalisis. Definisi operasional pada penelitian ini disusun berdasarkan teori yang mendasari dengan indikator pertanyaan seperti pada table 3.1. Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah *likert scale 7* (tujuh) poin. Seluruh variabel diukur dengan skala *likert* 1-7, dengan angka satu menunjukkan sangat tidak setuju hingga angka tujuh menunjukkan sangat setuju.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurement	Scalling Technique
1.	<i>Perceived Esthetics</i>	Suatu konsep harmoni, keindahan, dan kerapihan pada suatu produk (White, 1996)	1. Video Bali Vacation travel guide tersebut memiliki keindahan dari gambar yang ditampilkan	PE 1	Likert Skala 1-7
			2. Video Bali Vacation travel guide tersebut nyaman untuk dilihat (Lavie dan Tractinsky 2004)	PE 2	Likert Skala 1-7
			3. Video Bali Vacation travel guide tersebut memiliki suara narrator yang jelas	PE 3	Likert Skala 1-7
			4. Video Bali Vacation travel guide tersebut memiliki pesan yang jelas (Lavie dan Tractinsky 2004)	PE 4	Likert Skala 1-7
2.	<i>Narrative Structure</i>	Skema Cerita yang melibatkan proses identifikasi elemen narasi dan hubungannya antara	1. Video Bali Vacation travel guide ini menunjukkan perasaan pembuat video tersebut	NS 1	Likert Skala 1-7

		elemen- elemen tersebut (Mandler dan Johnson , 1977)	2. Video Bali Vacation travel guide ini menjelaskan apa yang pembuat video rasakan	NS 2	Likert Skala 1-7
			3. Video Bali vacation Travel Guide Memiliki awal, tengah, dan akhir Cerita yang jelas (Sung-Un Yang & Joon Soo Lim ,2009)	NS 3	Likert Skala 1-7
			4. Video Bali Vacation travel guide ini berbicara tentang kejadian spesifik, bukan memberikan pengetahuan umum (Sung-Un Yang & Joon Soo Lim ,2009)	NS 4	Likert Skala 1-7
3.	<i>Self- Reference</i>	Pengingatan akan kenangan mengenai pengalaman pribadi yang terjadi di masa lalu. (Sujan, 1993)	1. Saat saya melihat Video Bali Vacation travel guide ini: Saya memikirkan acara perjalanan serupa dengan yang Teman-teman saya sudah rasakan (Baumgartner et al. 1992)	SR 1	Likert Skala 1-7
			2. Saat saya melihat Video Bali Vacation travel guide ini: Saya memikirkan pengalaman	SR 2	Likert Skala 1-7

			perjalanan masa lalu saya (Baumgartner et al. 1992)		
			3. Saat saya melihat Video Bali Vacation travel guide ini: Saya merasa memiliki pengalaman perjalanan yang sama Dengan pembuat video tersebut (Baumgartner et al. 1992)	SR 3	Likert Skala 1-7
			4. Saat saya melihat Video Bali Vacation travel guide ini saya teringat kembali perjalanan saya yang menyenangkan di masa lalu	SR 4	Likert Skala 1-7
4.	<i>Attitude towards Ads</i>	Penilaian seseorang terhadap sesuatu yang dilihatnya dan memberikan penilaian suka atau tidak suka (Lee, 2009)	1. Saya suka tujuan wisata di Video Bali Vacation travel guide (Chebat dan Vercollier 2003)	ATA 1	Skala Likert 1-7
			2. Saya memiliki kesan positif pada tujuan perjalanan di Video Bali Vacation travel guide (Chebat dan Vercollier 2003)	ATA 2	Skala Likert 1-7

			3. Saya pikir Video Bali Vacation travel guide tersebut menarik	ATA 3	Skala Likert 1-7
			4. Saya suka Video Bali Vacation travel guide di channel youtube Expedia	ATA 4	Skala Likert 1-7
5	<i>Intention to use apps</i>	Ukuran dari kuatnya keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. (Fishein dan Ajzen ,1975 dalam Davis <i>et al.</i> ,1989)	1. Saya akan menggunakan aplikasi Expedia untuk saya travelling (Chemingui dan Lallouna, 2013).	ITU 1	Skala Likert 1-7
			2. Saya merasa diuntungkan jika menggunakan aplikasi Expedia untuk memesan akomodasi perjalanan saya	ITU 2	Skala Likert 1-7
			3. Saya tidak akan ragu untuk menggunakan aplikasi Expedia saat saya pergi berlibur nanti (Au dan Law, 2012)	ITU 3	Skala Likert 1-7
			4. Saya akan terus menggunakan Expedia untuk mengatur perjalanan saya di masa yang akan datang	ITU 4	Skala Likert 1-7

3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner. Oleh karena itu, kuisioner sebagai alat ukur utama pada penelitian ini merupakan kunci dari keberhasilan penelitian. Maka, diperlukan alat ukur yang tepat, dapat diandalkan dan konsisten. Untuk menjamin ketepatan dan konsistensi kuisioner, perlu dilakukan uji validitas serta uji reliabilitas terhadap kuisioner.

3.7.1.1 Uji Validitas

Sebuah indikator dapat diketahui valid setelah melalui sebuah uji validitas (Malhotra, 2010). Suatu indikator dikatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh indikator tersebut. Semakin tinggi validitas akan menunjukkan semakin sah atau *valid* sebuah penelitian. Jadi validitas mengukur pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat apakah benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan uji *factor analysis* karena dengan menggunakan *factor analysis construct validity* dari kuisioner dapat diuji. *Construct validity* adalah tipe validitas yang membahas pertanyaan dengan menggunakan skala ukuran. Adapun ringkasan penting yang perlu diperhatikan dalam uji validitas dan pemeriksaan validitas yang ditunjukkan dalam table 3.2.

Tabel 3. 2 Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
1	<p><i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i></p> <p>Merupakan sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis.</p>	<p>Nilai KMO $\geq 0,5$ mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai dalam hal jumlah sample, sedangkan nilai KMO $< 0,5$ mengindikasikan analisis faktor tidak memadai dalam hal jumlah sample (Malhotra, 2010).</p>
2	<p><i>Barlett's Test of Sphericity</i></p> <p>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</p>	<p>Jika hasil uji nilai signifikan $\leq 0,05$ menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan (Malhotra, 2010).</p>

	<p>mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor bersifat <i>related</i> ($r=1$) atau <i>unrelated</i> ($r=0$).</p>	
3	<p><i>Anti Image Matrices</i></p> <p>Untuk memprediksi apakah suatu variabel memiliki kesalahan terhadap variabel lain.</p>	<p>Memperlihatkan nilai <i>Measure of Sampling Adequacy</i> (MSA) pada diagonal <i>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 (Malhotra, 2010).</p>

		<p>Nilai $MSA \leq 0.50$ menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Perlu dikatakan pengulangan perhitungan analisis faktor dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai $MSA \leq 0.50$ (Malhotra, 2010).</p>
4	<p><i>Factor Loading of Component Matrix</i></p> <p>Merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruksi setiap variabel.</p>	<p>Kriteria validitas suatu indikator itu dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki factor loading diatas 0.50 (Malhotra, 2010).</p>

Sumber: Malhotra, 2010

3.7.1.2 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. Menurut Malhotra (2010) *cronbach alpha* merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dari suatu konstruk atau variabel dinilai reliabel jika *cronbach alpha* nilainya ≥ 0.5 .

3.7.2 Metode Analisis Data Dengan *Structural 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-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, yakni sebagai system 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*). *Software* yang digunakan adalah *Amos* versi 22 untuk melakukan uji validitas, realibilitas, hingga uji hipotesis penelitian.

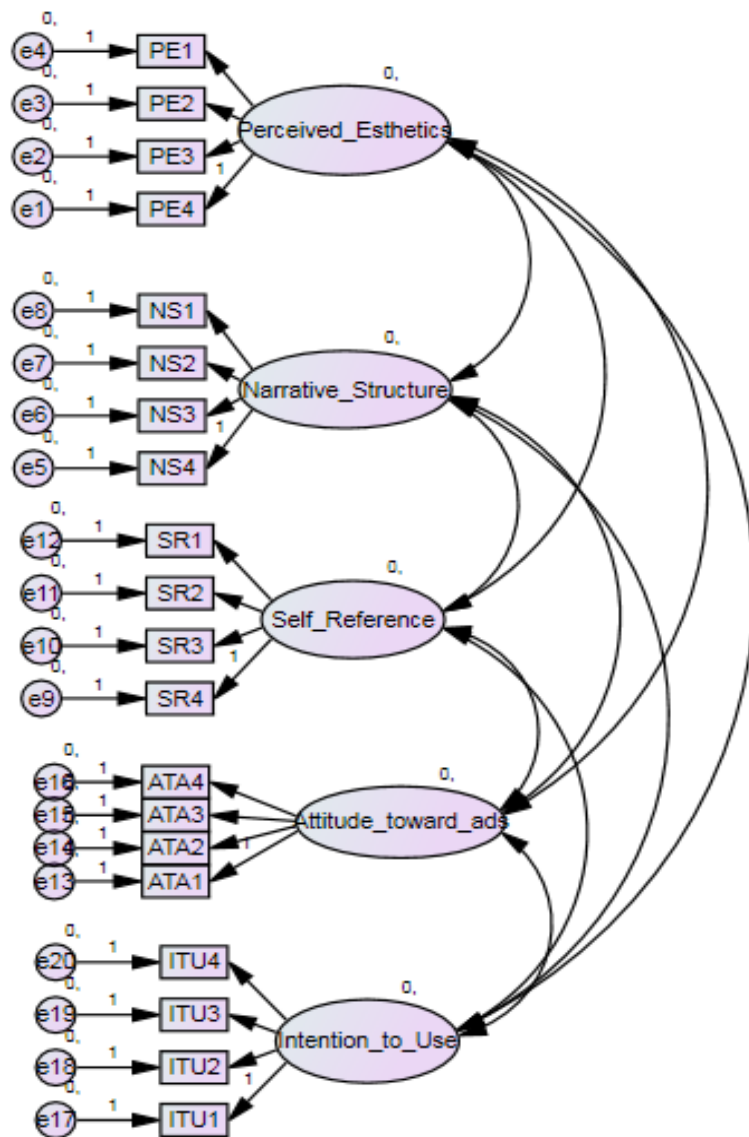
3.7.2.1 Tahapan Prosedur SEM

Dalam buku yang dibuat oleh Hair *et al.*, (2010) terdapat tujuh tahapan pembentukan dan analisis SEM, yaitu:

1. Pembentukan model teori sebagai dasar model yang akan di input di dalam SEM dengan teoritis yang kuat.
2. Membuat *path* diagram dari hubungan setiap variabel berdasarkan dasar teori. *Path* diagram memudahkan peneliti untuk melihat hubungan-hubungan antar variabel yang akan di uji.
3. Membagi *path* diagram tersebut menjadi satu set model pengukuran (measurement model) dan model struktural (structural model).
4. Memilih matrik data untuk di input dan mengestimasi model yang diajukan. Di dalam SEM hanya menggunakan matrik varian/kovarian atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan.

Adapun model pengukuran pada penelitian ini digambarkan pada gambar 3.5:

UMMN



Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Gambar 3. 5 Model Pengukuran Penelitian

5. Menentukan identifikasi dari struktural model. Langkah ini diperlukan untuk menentukan model yang ingin difokuskan, bukan model yang tidak dapat terdeteksi.

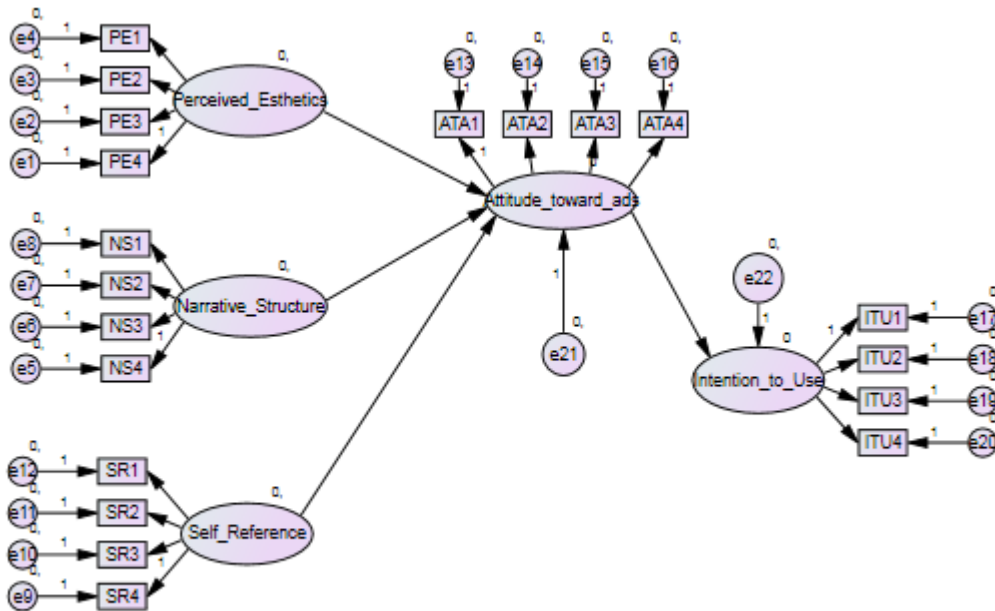
Masalah yang biasanya terjadi, akan muncul melalui gejala berikut:

- a. *Standard error* dari beberapa koefisien sangat besar.
- b. Muncul angka yang tidak relevan seperti terdapat error dari varian yang menunjukkan angka negatif
- c. Korelasi yang sangat tinggi antar korelasi estimasi yang didapat (misalnya lebih dari 0.9)
- d. Mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.

6. Mengevaluasi kriteria dari *goodness of fit* atau uji kecocokan. Pada tahap ini model penelitian yang digunakan kesesuaiannya akan dievaluasi melalui berbagai kriteria *goodness of fit* sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel minimal 100 – 150 dengan perbandingan 5 observasi untuk setiap estimasi pengukuran.
- b. *Normalitas dan linearitas*.
- c. *Outliers*.
- d. *Multicolinierity dan Singularity*.

7. Menginterpretasikan hasil yang di dapat, jika masih belum menemukan kecocokan dapat mengubah model jika diperlukan.



Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Gambar 3. 6 Model Struktural SEM

3.7.2.2 Kecocokan Model Pengukuran

Kecocokan model pengukuran (*Measurement model fit*) akan di uji pada setiap model pengukuran (hubungan antar sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati) secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran tersebut (Hair *et al.*, 2010).

1. Evaluasi terhadap Validitas

Suatu variabel dapat dikatakan *valid* terhadap variabel latennya, jika:

a. *Standardized factor loading* ≥ 0.50 .

2. Evaluasi terhadap reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menilai konsistensi. Ketika hasil dari reliabilitas tinggi, secara langsung menunjukkan bahwa masing-masing indikator mempunyai konsistensi yang tinggi dalam pengukuran konstruk latennya. Suatu variabel dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik jika:

a. Nilai construct reability (CR) ≥ 0.70

b. Nilai Variance Extracted (AVE) ≥ 0.5 (Hair et al., 2010)

Menurut Hair *et al.*, (2010) ukuran tersebut dapat dihitung melalui rumus sebagai berikut:

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

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

Sumber: Hair et al., 2010

Gambar 3. 7 Rumus Evaluasi Reabilitas

3.7.2.3 Uji Kecocokan Model (Goodness of Fit)

Ukuran dari *Goodness of Fit* dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu *absolute fit measurement* (ukuran kecocokan absolut), *incremental fit measurement* (ukuran kecocokan inkremental), dan *parsimonious fit measures* (ukuran kecocokan parsimoni) (Hair et al., 2010). *Absolute fit measurement* biasanya digunakan untuk menentukan prediksi model berupa derajat keseluruhan terhadap matrik korelasi dan kovarian. *Incremental fit measures* digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang di sebut sebagai *independence model*. *Parsimonious fit measures* digunakan untuk mengukur model yang mempunyai *degree of fit* dengan tingkat paling tinggi dari setiap *degree of freedom*.

Dalam uji struktural model dengan pengukuran *Goodness of Fit Model* (GOF) terdapat ketentuan dalam kecocokan nilai seperti berikut (Hair et al., 2010):

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)

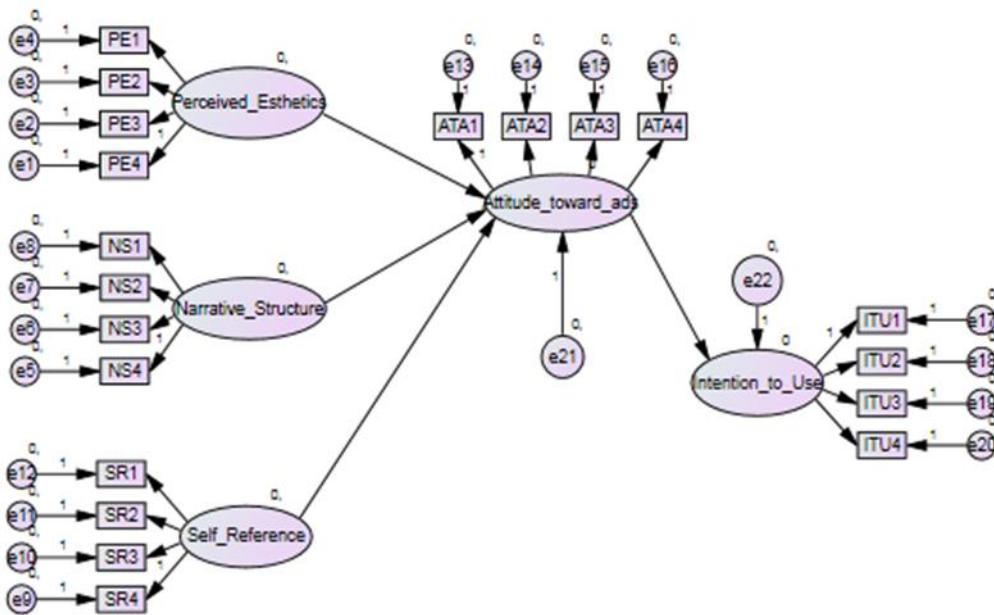
Tabel 3. 3 Perbandingan Ukuran Goodness Of Fit (GOF)

<i>Fit Indices</i>	<i>Cutoff Values for GOF Indices</i>					
	<i>N<250</i>			<i>N>250</i>		
	<i>M ≤ 12</i>	<i>12 ≤ M ≤ 30</i>	<i>M ≥ 30</i>	<i>M ≤ 12</i>	<i>12 ≤ M ≤ 30</i>	<i>M ≥ 30</i>
<i>Absolute Fit Indices</i>						
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 CFI ≥ 0.90
<i>Incremental Fit Indices</i>						
CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI ≥ 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI ≥ 0.92	CFI ≥ 0.90
<i>Parsimony Fit Indices</i>						
PNFI	0 ≤ NFI ≤ 1, Relatively High Value represent relatively better fit					

Sumber: Hair et al., 2010

3.7.2.4 Kecocokan Model Struktural

Model struktural diperlukan untuk melihat keterkaitan antar variabel yang memang sesuai dengan kerangka dari konseptual dan juga untuk mengetahui apakah hipotesis yang kita pakai mendukung atau tidak. Pada penelitian ini, untuk menentukan sebuah kriteria dari model pengujian struktural dilakukan dengan melihat *Standard coefficient* dan *P-value* harus lebih kecil atau sama dengan 0.05 (Hair et al., 2010).



Sumber: Pengolahan Data Primer (2017)

Gambar 3. 8 Model Keseluruhan Penelitian

UMMN