



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

Peluang LCGC (*Low Cost Green Car*) di Indonesia tentu saja langsung dimanfaatkan oleh Datsun Indonesia untuk mengeluarkan Datsun Go+ Panca sebagai mobil LCGC di Indonesia. Datsun merupakan merek mobil dari Jepang yang dimiliki oleh Nissan Motor Company. Pada tahun 2013, merek Datsun dikeluarkan sebagai mobil murah di negara berkembang dari Nissan. Datsun merupakan produsen kendaraan yang *Durable* (Tangguh), *Attractive* (Menarik) dan *Trustworthy* (Terpercaya) (Datsun, 2014)



Gambar 3.1 Logo Datsun

Sumber: <http://www.datsun.co.id/id-ID/About.aspx>

Datsun Go+ Panca merupakan produk LCGC di Indonesia. Harganya cukup murah dikarenakan 80% komponennya dibuat di Indonesia.

Datsun Go+ Panca ini diproduksi di pabrik PT Nissan Motor Indonesia yang berada di Karawang, Jawa Barat. Datsun Indonesia menjual 2 produk LCGC yaitu Datsun Go+ Panca yang berjenis MPV dan Datsun Go yang berjenis *hatchback*. Kedua mobil ini mengandalkan mesin 1.200 cc yang powerful dan mempunyai efisiensi bahan bakar yang baik.



Gambar 3.2 Datsun Go+ Panca dan Datsun Go

Sumber: <http://www.datsun.co.id/>

Datsun Go+ Panca termasuk pelopor untuk beberapa hal seperti *connected front seat*, serta *spinal seat* dimana jok didesain khusus untuk mengikuti bentuk tubuh manusia. Selain itu, MPV ini adalah 5+2 yang artinya dapat menampung

hingga tujuh orang. Datsun Go+ Panca hadir dalam tiga pilihan tipe yang berbeda, yaitu tipe D, tipe A, dan tipe T. Berikut ini adalah daftar harga Datsun Go+ Panca:

Tabel 3.1 Harga Datsun Go+ Panca

Tipe	Harga
D	Rp. 87.900.000,00
A	Rp. 95.600.000,00
T	Rp. 103.000.000,00

Sumber: <http://www.datsun.co.id/id-ID/models/go-plus.aspx>

Datsun Go+ Panca varian terbawah atau tipe D menggunakan warna bumper depan dan belakang yang berwarna hitam dengan grill berwarna silver, tidak menggunakan aksesoris chrome. Lampu depan dari tipe D telah menggunakan fitur *follow-me-home*. Jok tipe D juga menggunakan bahan *fabric* yang telah dilengkapi dengan *seatbelt*.

Pada varian menengah atau tipe A, mempunyai semua fitur dari tipe D. Tetapi ada sedikit perbedaan yaitu bumper depan dan belakang memiliki warna yang sama dengan *body colour* dan grill juga sudah lebih mewah karena menggunakan aksesoris chrome. Di bagian interior, tipe A *head unit* sudah menggunakan *single din audio* dengan *Aux jack* dan *USB connection*. *Air conditioner* juga sudah ada pada tipe ini.

Di tipe T yaitu varian teratas dan paling terbaik dari Datsun Go+ Panca karena memiliki semua fitur yang ada pada tipe A. Namun varian ini dilengkapi lagi dengan *power steering*, *keyless entry*, serta *power window* untuk pintu depan.

Selain itu varian T ini terdapat *central lock* serta fitur *immobilizer* sehingga mobil ini bisa aman dari pencurian (MPM-Auto, 2013).

Setelah itu juga ada Datsun Go yang mempunyai model *hatchback*. Datsun Go ini terdiri dari 3 tipe yaitu T, T *Option*, dan T *Active*. Semua tipe sudah dilengkapi dengan *Spinal Seat Support*, *Halogen Head Lamp*, *Intelligent Wiping System*, *Parkir Sensor*, *Roof Spoiler*, *seat belt*, *immobilizer*, *central door locking*, dan *keyless entry with alarm*. Pada tipe T dilengkapi dengan di bagian *interior* hanya terdapat *mobile docking station*. Sedangkan tipe T *Option* dilengkapi dengan *single Din Audio with Aux Jack*, *USB*, dan *Speaker*. Lalu pada tipe T *Active* terdapat semua yang ada pada tipe T *Option*, namun perbedaannya ada pada *body* yaitu terdapat *body Side Moulding*, *Silver Painted C-Cluster*, *Silver Paint Fin Set*, dan *Silver Painted Shift Base*, dan *aero kit* (Maulana, 2014). Berikut harga resmi Datsun Go pada tabel halaman berikutnya:

Tabel 3.2 Harga Datsun Go

Tipe	Harga
T	Rp. 99.050.000,00
T <i>Option</i>	Rp. 99.550.000,00
T <i>Active</i>	Rp. 102.950.000,00

Sumber: <http://www.datsun.co.id/id-ID/models/go.aspx>

Pemain LCGC di Indonesia tidak hanya Datsun Go dan Datsun GO+ Panca, melainkan ada beberapa pesaing dari perusahaan otomotif yang tentunya mempunyai citra merek yang cukup dikenal baik oleh masyarakat Indonesia yang

juga mengeluarkan produk LCGC. Berikut ini adalah info pesaing dan perbandingan antara produk Datsun dengan pesaingnya:

Tabel 3.3 Perbandingan Spesifikasi LCGC Datsun dengan Pesaing

Spesifikasi	Agya	Ayla	Brio Satya	Datsun Go+ Panca	Karimun Wagon R
Transmisi	Manual 5- percepatan /otomatis 4- percepatan	Manual 5- percepatan /otomatis 4- percepatan	Manual 5- percepatan	Manual 5- percepatan	Manual 5- percepatan
Mesin	1.000cc, 3 silinder inline 12V DOHC FI	1.000cc, 3 silinder inline 12V DOHC FI	1.200cc, 4 silinder 16V i- VTEC SOHC	1.200cc, 3 silinder	1.000cc, 3 silinder
Tenaga max	65PS@6.000 rpm	65PS@6.000 rpm	88PS@6.200 rpm	68PS	68PS@6.200
Torsi max	8,8 kgm@3.600 rpm	8,8 kgm@3.600 rpm	11,1 kgm @ 4.500 rpm	10,6 kgm	90 Nm@3.500
Rem	Depan solid (MT); cakram (AT), belakang drum	Depan solid, belakang drum	Depan cakram, belakang drum	Depan cakram, belakang drum	Depan cakram, belakang drum
Ban	175/65 R14 alloy (tipe E	155/80 R13 (tipe X 175/16	175/65 R14 alloy	175/65 R13	145/80 R13

Spesifikasi	Agya	Ayla	Brio Satya	Datsun Go+ Panca	Karimun Wagon R
	MT 155/80 R13)	R14 alloy)			
Sistem Kemudi	Rack dan Pinion	Rack dan Pinion (tipe D belum power steering)	Rack dan Pinion	Power	RHD
Airbag	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Tidak
Audio	Ada	Ada (kecuali tipe D)	Ada	Ada	Ada (kecuali tipe GA)
AC	Ada	Ada (kecuali tipe D)	Ada	Ada	Ada
Efisiensi bahan bakar	20 km/liter	20 km/liter	20 km/liter	20 km/liter	20 km/liter

Sumber: <http://www.rajaotomotif.com/2014/perbandingan-mobil-agya-ayla-dan-brio-satya-wagon-r/25>

3.2 Desain Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, ada 2 jenis rancangan penelitian yang digunakan, yaitu :

- a. *Exploratory Research*, merupakan rancangan penelitian yang bertujuan untuk mencari gagasan dan pemahaman terhadap masalah yang dihadapi oleh peneliti.
- b. *Conclusive Research*, merupakan rancangan penelitian yang dirancang untuk peneliti sebagai proses untuk pengambilan keputusan terhadap suatu pada situasi tertentu.

Conclusive Research terdiri dari 2 jenis, yaitu :

1. *Descriptive Research*, merupakan rancangan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan permasalahan yang ada dan biasanya pengambilan data dilakukan dengan *survey*, panel, observasi atau data sekunder kuantitatif.
2. *Causal Research*, merupakan rancangan penelitian yang bertujuan untuk membuktikan hubungan sebab akibat antar variabel dan biasanya pengambilan datanya dengan menggunakan eksperimen. (Malhotra, 2009)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Deskriptive Research Design*, yaitu dengan metode *survey* dengan menggunakan kuisioner.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Population

Target population, terdiri dari 4 aspek, yaitu *element*, *sampling unit*, *extent* dan *time frame*. *Sampling unit* pada penelitian ini adalah pemilik Datsun Go+ Panca tahun 2014. *Element* dari penelitian ini adalah pemilik Datsun Go+ Panca tahun 2014 yang mengendarai sendiri Datsun Go+ Panca, pernah membeli *sparepart* Datsun Go+ Panca, dan sudah melakukan *test drive* LCGC lainnya. *Extent* dari penelitian ini adalah konsumen yang tinggal di daerah Jabodetabek. *Time Frame* penelitian ini adalah tahun 2015.

3.3.2 Sampling Techniques

Sampling adalah suatu proses dimana jumlah cukup dari elemen populasi, sehingga hasil sampel dapat direalisasikan kepada populasi. Menurut Malhotra (2009), metode sampling terdiri dari 2 jenis, yaitu:

- a. *Probability sampling*, merupakan teknik *sampling* yang dilakukan keseluruhan elemen pada populasi dan punya kesempatan yang sama untuk jadi responden dan biasanya dilakukan dengan sistem undian.
- b. *Non-Probability sampling*, merupakan teknik *sampling* yang prosedurnya dilakukan dengan cara penilaian pribadi peneliti dan atau kemudahan peneliti dalam mengambil sampel.

Menurut Malhotra (2009) Teknik *non-probability sampling* terdiri dari 4 teknik yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Convenience Sampling* yaitu teknik *sampling* berdasarkan pada keinginan peneliti dalam mengambil sampel.
2. *Judgemental Sampling* yaitu bentuk *convenience sampling* dengan elemen populasi tertentu yang telah dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti.
3. *Quota Sampling* yaitu teknik *non-probability sampling* dan masing-masing elemen populasi mengambil sampel berdasarkan teknik *convenience* maupun *judgemental*.

4. *Snowball Sampling* adalah teknik *sampling* berdasarkan pemberian referensi responden. Setelah responden mengisi kuisioner penelitian, responden tersebut akan merekomendasikan ke orang lain untuk mengisi penelitian yang sama.

Pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dan teknik yang digunakan yaitu *judgemental sampling*.

3.3.3 Sampling Size

Sample size merupakan jumlah responden yang akan dimasukkan di dalam penelitian (Malhotra, 2009).

Landasan dalam menentukan ukuran minimum sampel penelitian menurut Hair, Black, & Anderson (2010) adalah :

- a. Jumlah sampel yang ada harus lebih banyak dari jumlah *variable*
- b. Jumlah sampel minimal 50 sampel.
- c. Jumlah sampel minimal yaitu 5 observasi per variabel.

Maka jumlah sampel minimal yang akan diambil pada penelitian ini adalah 125 sampel karena penelitian ini menggunakan 25 *indikator*.

3.3.4 Sampling Process

3.3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Terdiri 2 jenis data yang digunakan dalam penelitian ada 2 (Malhotra, 2009):

- a. Data Primer, adalah data yang didapat oleh peneliti dan dikumpulkan sehingga dapat menangani masalah dalam penelitian.
- b. Data Sekunder, adalah data yang ada dan dikumpulkan untuk menyelesaikan sebuah masalah dalam penelitian.

Pada penelitian ini yang digunakan adalah data primer karena data yang didapat melalui penyebaran kuisisioner kepada para responden yang memenuhi kriteria. Kuisisioner disebarkan secara *offline* kepada para responden dalam bentuk hardcopy untuk kemudian responden mengisi dan menjawab sesuai pernyataan yang tersedia.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Eksogen

Variabel Eksogen adalah variabel yang ada karena variabel tersebut sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model (Wijanto, 2008).

Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel eksogen adalah *brand image* dan *perceived quality*

3.4.2 Variabel Endogen

Variabel Endogen merupakan variabel yang terikat pada satu persamaan pada model dan disemua persamaan sisanya adalah variabel bebas.

Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel endogen adalah *perceived value, customer satisfaction, behavioral intention, repeat purchase, dan positive word of mouth.*

3.5 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang akan diukur oleh indikator yang mewakili dan mendeskripsikan secara lebih konkret variabel yang ada untuk menghindari kesalah pahaman variabel yang bersangkutan. Berikut ini adalah tabel operasionalisasi variabel:

Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Definisi Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Measurement	Referensi	Teknik Penskalaan
1.	<p><i>Brand Image</i></p> <p>Pandangan konsumen dari produk atau jasa yang menggambarkan apa yang konsumen inginkan dari produk atau jasa sehingga mendorong konsumen untuk membuat keputusan membeli dan biasanya dianggap sebagai dasar bagaimana konsumen menilai kualitas produk atau</p>		Kualitas produk	Menurut penilaian saya produk Datsun Go+ Panca adalah produk yang berkualitas	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5
			Harga yang murah	Saya melihat bahwa Datsun menjual produk mobil yang murah di kelasnya		Likert 1-5
			Produk yang nyaman	Saya melihat bahwa Datsun Go+ Panca adalah mobil <i>Low Cost Green Car</i>		Likert 1-5

No	Definisi Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Measurement	Referensi	Teknik Penskalaan
	jasa (Chuet al.,2012).			yang nyaman		
			Ketersediaan <i>sparepart</i>	Saya melihat bahwa <i>spare part</i> Datsun Go+ Panca mudah didapat		Likert 1-5
2.	<i>Perceived value</i> Penilaian pelanggan secara keseluruhan dari suatu produk atau jasa berdasarkan apa yang diterima dan apa yang diberikan yaitu, pertukaran antara manfaat yang dirasakan dan biaya yang dikeluarkan (Allameh et al., 2014).		Harga produk yang sesuai	Saya yakin bahwa uang yang saya keluarkan untuk membeli Datsun Go+ Panca telah sesuai dengan apa yang saya didapatkan	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5
			Fitur produk	Menurut saya Datsun Go+ Panca memiliki fitur yang lengkap dibanding <i>low cost green car</i> lainnya		Likert 1-5
			Harga Jual Kembali	Menurut saya Datsun Go+ Panca memiliki harga jual kembali yang tinggi daripada <i>low cost green car</i> lainnya.		Likert 1-5
			Harga Sparepart	Menurut saya harga sparepart Datsun Go+ Panca sangat terjangkau		Likert 1-5
3.	<i>Perceived quality</i> Penilaian konsumen tentang keunggulan suatu produk yang didasarkan pada persepsi subjektif. (Mus & Turan,		Produk yang bagus	Saya merasa bahwa Datsun GO+ PANCA adalah produk mobil <i>low cost green car</i> yang bagus	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5

No	Definisi Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Measurement	Referensi	Teknik Penskalaan
	2012).		Kemampuan mesin	Saya merasa mesin Datsun Go+ Panca <i>low cost green car</i> berkualitas baik	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5
			Kualitas interior	Saya merasa <i>interior</i> Datsun Go+ Panca <i>low cost green car</i> menarik	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5
			Kualitas eksterior	Saya merasa <i>eksterior</i> Datsun Go+ Panca menarik	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5
			Produk memenuhi kebutuhan	Saya merasa bahwa Datsun Go+ Panca memenuhi kebutuhan saya akan mobil <i>low cost green car</i> yang punya kapasitas orang yang banyak.	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5
4.	<i>Customer satisfaction</i>		Pengalaman yang didapat	Saya merasakan pengalaman positif ketika menggunakan Datsun Go+ Panca.	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5
	Pengalaman konsumen dari suatu produk atau jasa yang menjadi cara untuk mengevaluasi harapan pelanggan dengan cara menganalisis harga produk, efisiensi pelayanan, sikap pelayanan, perusahaan secara keseluruhan kinerja, dan tingkat optimal keakraban perusahaan. (Chiu		Ekspektasi yang diharapkan	Saya merasa bahwa Datsun Go+ Panca adalah mobil yang sesuai dengan harapan dan ekspektasi yang saya inginkan	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5
			Mobil yang ideal	Menurut saya Datsun Go+ Panca merupakan	Chiu et al. (2011)	Likert 1-5

No	Definisi Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Measurement	Referensi	Teknik Penskalaan
	et al., 2011),			mobil yang cukup ideal bagi saya untuk kategori mobil <i>low cost green car</i>		
			Mobil yang nyaman	Saya merasa puas pada Datsun Go+ Panca karena nyaman untuk digunakan dibanding LCGC lainnya.		
5.	<i>Behavioral intention</i> Hasil dari kepuasan secara keseluruhan yang mencakup niat untuk kembali membeli produk dan niat untuk merekomendasikan produk (Lyon & Powers, 2004).	<i>Repeat Purchase</i> Pengalaman pembelian yang terjadi pada proses pembelian dimana faktor-faktor penting akan mempengaruhi seseorang untuk kembali ke tempat yang sama (Reibstein, 2002).	Pembelian kembali	Terdapat kemungkinan saya akan membeli produk Datsun kembali apabila Datsun mengeluarkan produk baru mobil lainnya.	Liu et al. (2005)	Likert 1-5
			Pembelian varian produk baru	Saya akan membeli produk Datsun kembali jika Datsun mengeluarkan varian produk baru mobil lainnya.		Likert 1-5
			Membeli mobil kembali	Saya akan membeli produk Datsun apabila saya membutuhkan mobil lagi.		Likert 1-5
		<i>Positive Word of mouth</i> Tindakan	Komentar positif	Saya siap memberikan komentar positif kepada teman saya tentang Datsun Go+	Liu et al. (2005)	Likert 1-5

No	Definisi Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Measurement	Referensi	Teknik Penskalaan
		komunikasi secara formal dan <i>non-formal</i> dengan konsumen lain tentang produk atau jasa dari sebuah perusahaan termasuk rekomendasi dan pembelaan untuk perusahaan terhadap serangan dari konsumen lainnya (Bashar dan Wasiq, 2013).		Panca jika dibutuhkan		
	Rekomendasi		Saya akan merekomendasikan Datsun Go+ Panca kepada teman dan saya ketika mereka mencari mobil LCGC.	Liu et al. (2005)	Likert 1-5	
	Kesediaan untuk mengajak membeli produk Datsun		Saya akan mengajak teman dan saudara saya untuk membeli Datsun Go+ Panca apabila mereka membutuhkan mobil <i>low cost green car</i>		Likert 1-5	
		Kesediaan untuk memberikan testimoni	Apabila ada yang bertanya tentang Datsun Go+ Panca saya siap untuk memberikan testimoni positif.		Likert 1-5	

3.6 Teknik Analisis

3.6.1 Uji Instrumen

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada para responden sehingga kuisioner memiliki peranan penting dalam keberhasilan penelitian ini. Maka dari itu diperlukan alat ukur yang mengukur apa yang ingin diukur serta dapat dipertanggungjawabkan hasilnya. Untuk itu perlu dilakukan uji validitas serta uji reliabilitas terhadap kuisioner.

3.6.1.1 Uji Validitas

Dilakukan mengetahui kuisioner yang digunakan berguna untuk mengukur apa yang akan diukur (Malhotra, 2009). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan metode *Factor Analysis* yang berguna untuk alat ukur dinyatakan valid, serta syarat-syarat berikut terpenuhi :

- a. Nilai KMO harus lebih besar atau sama dengan 0,5. Perbaikan pada variabel perlu dilakukan hanya jika nilai KMO kurang dari 0,5. (IBM, 2010)
- b. Sig. kurang dari 0,05. Nilai *significant* yang kurang dari 0,05 hal ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup antar variabel (Hair, Black, & Anderson, 2010).
- c. Nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) harus lebih besar dari 0,5. Apabila kurang dari 0,5 maka harus dihilangkan dari perhitungan *factor analysis* (Hair, Black, & Anderson, 2010).

d. *Factor loadings* atau hasil *Component Matrix* memiliki nilai lebih besar dari 0.5 (Hair, Black, & Anderson, 2010).

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsisten dari hasil pengukuran suatu alat ukur (*measurement*) yang digunakan berkali-berkali. Hal ini digunakan untuk memastikan bahwa hasil jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan di dalam kuisioner tetap sama pada suatu waktu tertentu. Kuisioner dapat dinyatakan reliabel apabila hasil perhitungan *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 (Malhotra, 2009).

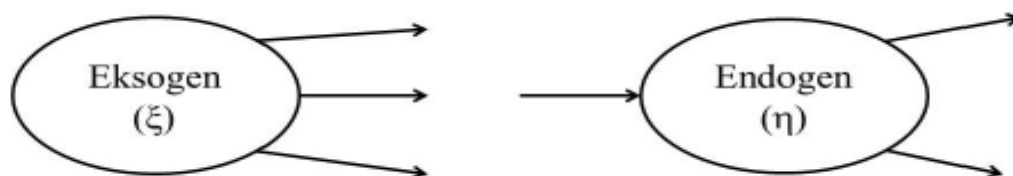
3.6.2 Structural Equation Modeling (SEM)

SEM adalah teknik *multivariate* yang memberi kemungkinan kepada peneliti untuk menguji rangkaian *dependence relationship* yang saling berhubungan di antara variabel-variabel terukur dan *latent constructs (variables)* dan diantara beberapa *latent construct* dengan cara simultan. (Hair, Black, & Anderson, 2010).

3.6.2.1 Variabel-variabel dalam SEM

SEM terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel laten (*latent variables*) dan variabel terukur (*measured variables*) atau disebut juga variabel teramati (*observed variables*). Variabel laten adalah variabel yang menjadi kunci perhatian pada SEM. Sedangkan variabel teramati adalah variabel yang diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut sebagai indikator (Wijanto, 2008).

SEM terdiri dari 2 jenis yaitu eksogen dan endogen. Variabel eksogen digambarkan sebagai sebagai lingkaran dengan semua anak panah menuju keluar. Sedangkan variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan paling sedikit ada satu anak panah masuk ke lingkaran tersebut meskipun anak panah yang lain menuju ke luar dari lingkaran (Wijanto, 2008).



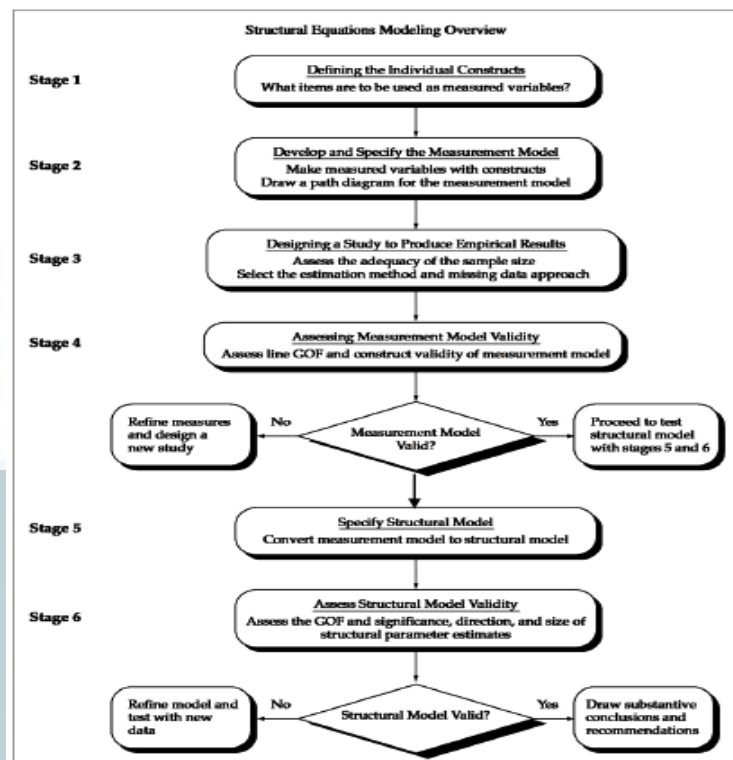
Gambar 3.3 Variabel Eksogen dan Variabel Endogen

Sumber: Wijanto (2008)

3.6.2.2 Tahapan prosedur SEM

Berikut ini tahapan-tahapan prosedur untuk melakukan *structural equation modeling* (SEM) adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan masing-masing variabel dan indikator yang berguna untuk mengukur.
2. Membuat diagram model pengukuran.
3. Menyiapkan data yang akan dianalisis dan memilih metode serta melakukan pendekatan untuk mengatasi *missing data*.
4. Mengukur validitas atau reabilitas. Jika analisa memenuhi standar penilaian maka dapat dilanjutkan ke tahap kelima.
5. Mengubah model pengukuran menjadi model struktural. Tahap keenam adalah menilai tingkat kecocokan dan memberi kesimpulan uji hipotesa.



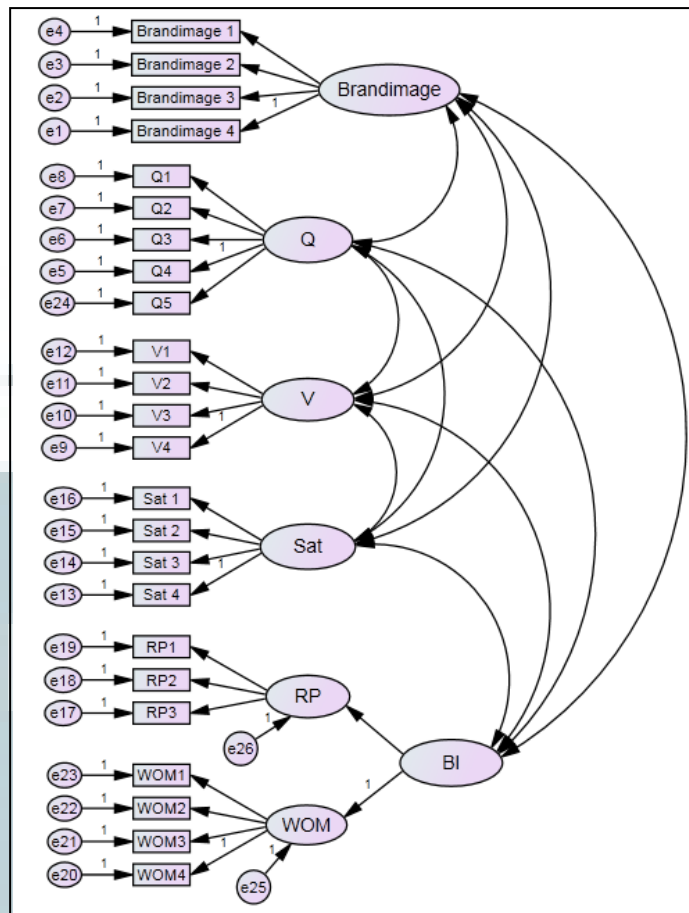
Gambar 3.4 Tahap-Tahap Melakukan SEM

Sumber: Hair, Black, & Anderson (2010)

3.6.2.3 Spesifikasi Model Pengukuran

Berikut ini adalah gambar model pengukuran pada penelitian ini:



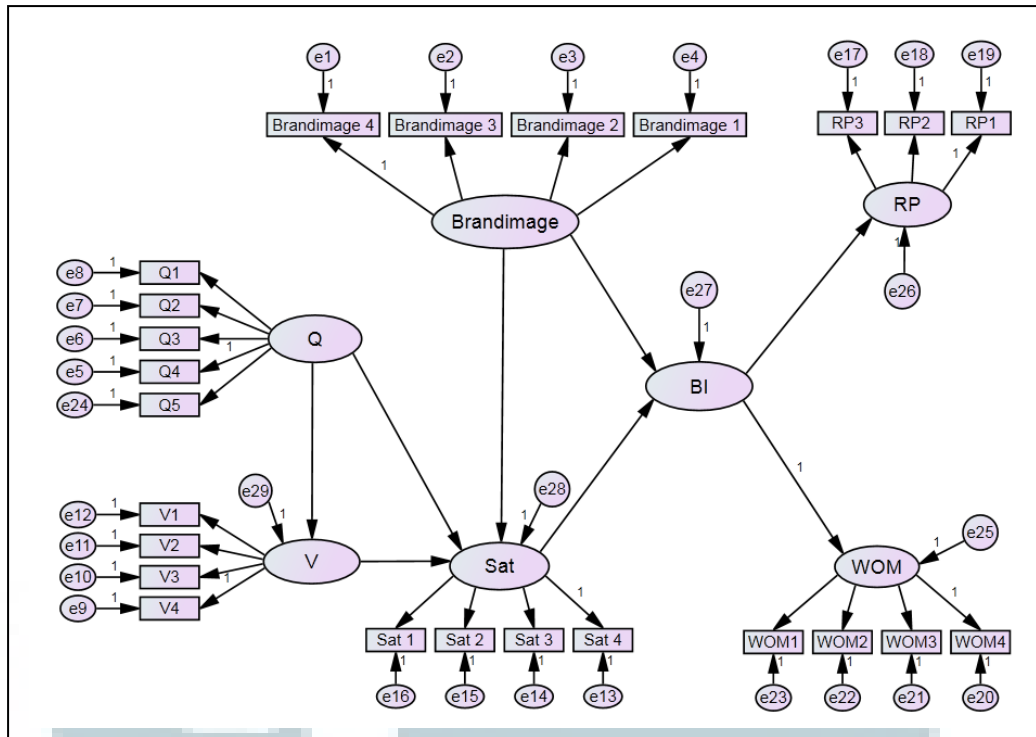


Gambar 3.5 Model Pengukuran

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2015

3.6.2.4 Spesifikasi Model Struktural

Berikut ini adalah gambar model struktural pada penelitian ini:



Gambar 3.6 Model Struktural

Sumber: Pengolahan Data Primer, (2015)

3.6.2.5 Kecocokan Model Pengukuran

Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan analisa pada hubungan antara variabel laten dengan variabel indikator secara terpisah melalui validitas dan realibilitas (Wijanto, 2008).

1. Evaluasi terhadap validitas (*validity*)

Variabel dapat dikatakan mempunyai validitas baik apabila:

- Nilai *t loading factors* yang lebih besar dari nilai kritis (≥ 1.96)
- Standardized factor loading* ≥ 0.70 .

2. Evaluasi terhadap realibilitas (*reliability*)

Reliabilitas yang tinggi menunjukkan adanya indikator-indikator yang punya konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Berdasarkan Wijanto (2008), variabel dapat dikatakan mempunyai reliabilitas baik apabila :

a. Nilai *construct reliability* (CR) ≥ 0.70

b. Nilai *Variance Extracted* (AVE) ≥ 0.50

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung nilai CR dan AVE, digunakan rumus sebagai berikut ini (Hair, Black, & Anderson, 2010) :

$$\text{Average Variance Extracted} = \frac{\sum_{i=1}^n L_i^2}{n}$$
$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum_{i=1}^n L_i)^2}{(\sum_{i=1}^n L_i)^2 + (\sum_{i=1}^n e_i)}$$

3.6.2.6 Kecocokan Model Struktural

Menurut Wijanto (2008) mengelompokkan GOFI (*Goodness of Fit Indices*) atau ukuran-ukuran GOF menjadi 3, yaitu *absolute fit measures* atau ukuran kecocokan absolut yang berguna untuk menentukan derajat prediksi model secara keseluruhan, *incremental fit measures* atau ukuran kecocokan inkremental yang berguna untuk membandingkan model yang diajukan dengan model dasar (*null model* atau *independence model*), dan *parsimonious fit measures* atau ukuran kecocokan parsimoni yang berguna untuk mengukur kehematan model, yaitu model yang mempunyai *degree of fit* setinggi-tingginya untuk setiap *degree of freedom*.

Tabel 3.5 Perbandingan Ukuran-Ukuran GOF

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Absolute Fit Measure</i>		
<i>Statistic Chi –Square (X²)</i>	Nilai yang kecil $p > 0.05$	<i>Good Fit</i>
<i>Non-Centrally Parameter (NCP)</i>	Nilai yang kecil Interval yang sempit	<i>Good Fit</i>
<i>Goodness-of-Fit Index (GFI)</i>	$GFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq GFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$GFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i>	$SRMR \leq 0.05$	<i>Good Fit</i>
	$SRMR \geq 0.05$	<i>Poor Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	$RMSEA \leq 0.08$	<i>Good Fit</i>
	$0.08 \leq RMSEA \leq 0.10$	<i>Marginal Fit</i>
	$RMSEA \geq 0.10$	<i>Poor Fit</i>
<i>Expected Cross-Validation Index (ECVI)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai ECVI <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>
<i>Incremental Fit Measure</i>		
<i>Tucker- Lewis Index atau Non-Normsed Fit Index (TLI atau NNFI)</i>	$NNFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NNFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NNFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Normsed Fit Index (NFI)</i>	$NFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI)</i>	$AGFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq AGFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$AGFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Relative Fit Index (RFI)</i>	$RFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
	$0.80 \leq RFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$RFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Comperative Fit Index</i> (CFI)	$CFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$CFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Parsimonius Fit Measure</i>		
<i>Parsimonius Goodness of Fit Index</i> (PGFI)	$PGVI \geq 0.50$	<i>Good Fit</i>
<i>Akaike Information Criterion</i> (AIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai AIC <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>
<i>Consistent Akaike Information Criterion</i> (CAIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai CAIC <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>

Sumber: Wijanto (2008)

3.6.2.7 Uji Hipotesis

Setelah melakukan kecocokan model struktural, dilanjutkan dengan melakukan uji hipotesa penelitian. Berdasarkan Zikmund, Babin, Carr, dan Griffin (2008) mengatakan bahwa hasil uji hipotesa dinilai dari tingkat signifikan suatu hubungan hipotesa. Tingkat signifikansi itu dilihat dari nilai *P-Value*. *P-Value* adalah nilai probability atau tingkat signifikan yang terhitung, *P-Value* dibandingkan dengan tingkat signifikansi untuk menilai uji hipotesa. *P-Value* yang memenuhi standar uji hipotesa adalah kurang dari 0,05.