



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

Bank XXX merupakan bank tertua keempat di Indonesia yang didirikan pada tanggal 4 April 1941. Bank XXX berfokus utama pada sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Bank XXX bertekad melakukan inovasi-inovasi terbaru dalam bidang infrastruktur, teknologi informasi dan jaringan kantor serta sumber daya manusia. Saat krisis keuangan melanda Asia di era tahun 1990 dan sektor perbankan terjadi penurunan karena tidak adanya dukungan obligasi rekapitulasi dari pemerintah, Bank XXX mampu melewatinya dengan baik. Bank XXX dapat membuktikan kesolidannya menjadi bank terpadu dengan terus melanjutkan penyaluran kredit setelah krisis. Bank XXX juga berhasil menarik perhatian salah satu bagian dari grup bank dunia yakni *International Finance Corporation* (IFC) untuk menanamkan sahamnya dari tahun 2001 hingga 2010, maka Bank XXX telah mampu menciptakan reputasi yang baik serta berhasil menjanjikan pertumbuhan yang signifikan.

3.2 Visi & Misi Perusahaan

Visi Bank XXX :

Menjadi bank pilihan dengan standar dunia yang diakui kepeduliannya dan terpercaya.

Misi Bank XXX :

Bank XXX berusaha dan bekerja sebagai warga korporat yang bertumbuh-kembang bersama masyarakat secara berkelanjutan dengan cara :

1. Menyediakan dan mengembangkan pelayanan keuangan yang inovatif, berkualitas dan melebihi harapan masyarakat yang dinamik dengan hasil terbaik.
2. Membina jaringan kerjasama yang saling menguntungkan dan dilandasi rasa saling percaya.
3. Menciptakan lingkungan kerja yang dapat meningkatkan profesionalisme dan mendorong pembaharuan organisasional dengan semangat kekeluargaan.
4. Membangun kepercayaan publik melalui perilaku etikal, peduli dan hati-hati (prudent).

3.3 Company Values

Bank XXX memiliki nilai-nilai kepercayaan yang selalu di tekankan kepada karyawan selama menjalankan kegiatan di perusahaan, yaitu:

1. Customers

Kami membantu individu dan bisnis di seluruh komunitas untuk mencapai aspirasi dengan menyediakan layanan keuangan inovatif untuk memenuhi kebutuhan.

2. People

Kami memperlakukan satu sama lain secara adil dan dengan hormat. Kami mendukung kolega kami dan berinvestasi dalam

pengembangan untuk membantu mewujudkan potensi penuh. Kami mengakui dan menghargai kinerja yang luar biasa.

3. *Teamwork*

Kami, sebagai anggota tim, secara aktif mendukung satu sama lain di seluruh organisasi saat kami bekerja menuju tujuan bersama kami. Sebagai individu, kita mengharapkan tanggung jawab total dari diri kita sendiri.

4. *Integrity*

Transaksi yang adil adalah dasar dari bisnis kami. Kami menganggap semua yang kami lakukan adalah dalam pandangan publik penuh.

5. *Prudent risk taking*

Kami adalah pengambil risiko yang bijaksana karena pelanggan kami bergantung pada kami untuk keamanan dan kesehatan.

6. *Effectiveness*

Kami secara aktif berinvestasi dalam infrastruktur, peningkatan proses dan keterampilan untuk menurunkan biaya pengiriman kami. Kami melakukan hal yang benar pada saat pertama, tepat waktu, setiap waktu.

3.4 Research Design

Desain penelitian merupakan sebuah rancangan yang menspesifikasikan metode dan prosedur dalam mengumpulkan dan menganalisa informasi yang diperlukan.

3.5 Research Data

Ada dua jenis data yang dapat digunakan dalam penelitian, yaitu :

a. *Primary data*

Di mana sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tanpa melalui media perantara). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dipilih secara acak.

b. *Secondary data*

Di mana sumber data penelitian diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, seperti jurnal ilmiah, majalah, dan juga buku pengetahuan.

Sumber data yang digunakan dalam menentukan hasil penelitian ini adalah *primary data* dan *secondary data*. Pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan *in-depth interview* untuk karyawan yang bekerja di kantor pusat Bank XXX. Sedangkan untuk pengumpulan data sekunder diperoleh dari beberapa sumber, seperti jurnal internasional, majalah SWA, serta buku-buku teori.

3.6 Metode Penelitian

Menurut Zikmund (2013), terdapat dua jenis analisis data penelitian, yaitu:

a. *Exploratory Research* dilakukan untuk memperjelas situasi ambigu atau

menemukan ide-ide yang mungkin potensial untuk peluang bisnis.

b. *Descriptive Research* menggambarkan karakteristik objek, orang,

kelompok, organisasi, atau lingkungan; mencoba untuk "*paint a picture*" dari situasi tertentu. Metode pengambilan data dapat dilakukan

dengan melakukan survei, panel, observasi atau data sekunder kuantitatif.

- c. *Causal Research* memungkinkan kesimpulan kausal yang akan dibuat; berusaha untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah *descriptive research* karena peneliti akan menggambarkan karakteristik orang, organisasi atau lingkungan. Maka dari itu peneliti menyebarkan kuesioner dalam bentuk *offline*.

3.7 Ruang Lingkup Penelitian

3.7.1 Target Populasi dan Sampel

Populasi menurut Zikmund, *et al.* (2013, p. 385) adalah semua orang yang terdapat dalam suatu entitas, yang memiliki karakteristik yang sama. Pada penelitian ini, yang dijadikan target populasi adalah seluruh karyawan kantor Bank XXX di Jakarta.

Sedangkan *sample* adalah sekelompok individu dari sebuah populasi (Zikmund *et al.*, 2013, p. 385). Berdasarkan definisi tersebut, yang dianggap *sample* dalam penelitian ini adalah karyawan Bank XXX yang memiliki status karyawan tetap dan sudah bekerja di perusahaan selama minimal 1 tahun, dan ditempatkan dikantor Bank XXX.

3.7.2 Sampling Techniques

Menurut Zikmund *et al.* (2013, p. 392), *sampling plan* dibagi menjadi dua kategori, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

3.7.2.1 Probability Sampling

Probability sampling adalah sebuah teknik pengambilan *sample* dimana setiap anggota populasinya sudah diketahui sebelumnya, dan bukan merupakan *nonzero probability*. Sebagai tambahan, sebuah *sample probability* memiliki sebuah elemen *true randomness* dari proses seleksi. (Zikmund et al., 2013, p. 392). Terdapat beberapa teknik dalam *probability sampling*, yaitu:

a. *Simple Random Sampling*

Sebuah prosedur *sampling* yang memungkinkan setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

b. *Systematic Sampling*

Sebuah prosedur *sampling* dimana titik mulai dipilih berdasarkan proses yang acak dan setiap angka (n) akan dipilih.

c. *Stratified Sampling*

Prosedur *sampling* probabilitas dimana kumpulan sampel acak sederhana yang kurang lebih sama pada beberapa karakteristik diambil dari dalam setiap lapisan populasi.

d. *Proportional Stratified Sample*

Sampel bertingkat dimana jumlah unit *sampling* yang diambil dari setiap tingkat yang sebanding dengan ukuran populasi tingkat itu.

e. *Disproportional Stratified Sample*

Sampel bertingkat dimana ukuran sampel untuk setiap strata dialokasikan sesuai dengan pertimbangan analitis.

f. *Cluster Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang efisien secara ekonomi dimana unit sampling primer bukanlah elemen individual dalam populasi, melainkan sejumlah besar elemen; kelompok dipilih secara acak.

g. *Multistage Area Sampling* Sampling yang melibatkan penggunaan kombinasi dua atau lebih teknik *sampling* probabilitas.

3.7.2.2 *Nonprobability Sampling*

Non-probability sampling merupakan sebuah teknik sampling dimana unit sampel ditentukan atas dasar penilaian pribadi, probabilitas dari anggota populasi tidak diketahui (Zikmund et al., 2013, p.392). Ada 4 jenis teknik *non-probability sampling*, yaitu :

1. *Convenience Sampling*

Convenience sampling merupakan prosedur *sampling* dengan mengumpulkan orang-orang atau unit-unit yang paling mudah dilakukan.

2. *Judgement Sampling*

Judgement sampling merupakan prosedur sampling dimana sampel yang dipilih berdasarkan penilaian diri sendiri berdasarkan karakteristik yang sesuai dari sample member.

3. *Quota Sampling*

Quota sampling merupakan prosedur *non-probability sampling* yang memastikan variasi sub-grup dari populasi yang akan merepresentasikan karakteristik yang diinginkan oleh peneliti.

4. *Snowball Sampling*

Snowball sampling merupakan prosedur sampling dimana responden awal dipilih dari metode *probability* dan responden tambahan didapatkan dari informasi yang diberikan oleh responden awal.

Sampling techniques dalam penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability Sampling* yang masuk kedalam kategori *judgement Sampling*. Dimana sample ini diambil secara acak sebelumnya dan data yang dipilih secara sengaja berdasarkan keputusan peneliti.

Alasan peneliti menggunakan judgment sampling karena penelitian ini memiliki beberapa kriteria dalam memilih respondent. Kriteria tersebut adalah karyawan yang sudah bekerja minimal selama 1 tahun di perusahaan Bank XXX.

3.7.2.3 *Sampling Size*

Menurut *Hair et al.*, (2010), *sampling size* adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian sebagai responden berdasarkan jumlah pertanyaan yang diberikan kepada responden yaitu dengan mengasumsikan $n \times 5$ sampai dengan $n \times 10$. Pada penelitian ini terdapat 21 pertanyaan sehingga jika jumlah pertanyaan dikali 5, maka jumlah minimal responden dari penelitian ini adalah 105 orang.

3.8 Metode Pengumpulan Data

Zikmund *et al* (2013) mengkategorikan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu:

1. *Observation Research* adalah proses sistematis dalam merekam pola-pola perilaku orang-orang, objek-objek, dan kejadian yang disaksikan.
2. *Survey Research* merupakan sebuah metode pengumpulan data primer melalui komunikasi dengan sampel yang diwakili oleh individu.

Pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *offline*. Kuesioner dibuat dari *measurement* lalu dibuat kedalam *word*. Peneliti akan menyebarkan kuesioner secara langsung.

3.9 Periode Penelitian

Periode pengisian kuesioner untuk *pretest* dilakukan pada bulan November 2018. *Pre-test* ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari variabel yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini. Jumlah responden pada *pretest* ini adalah sebanyak 30 orang. Dalam kuesioner *pretest* ini digunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* merupakan pengukuran sikap yang mengizinkan responden untuk memberikan nilai atas pendapatnya, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan. Dalam kuesioner penelitian, peneliti menggunakan skala *likert* 1-5, yaitu:



Tabel 3.1 Tabel Skala *Likert*

Keterangan	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

3.10 Definisi Operasioanal Variabel

Variabel dalam penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *job satisfaction*, *organizational commitment*, dan *employee identification*. Variabel terikat dari penelitian ini adalah *job satisfaction*. Pada penelitian ini, penulis menggunakan skala *likert* 1-5. Berikut adalah penjabaran dari variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini:

3.10.1 Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah *job satisfacation*.

3.10.1.1 Job Satisfaction

Menurut (Kreitner, 2008) *job satisfaction* merupakan respons afektif atau emosional terhadap berbagai segi pekerjaan seseorang, kepuasan kerja pada dasarnya mencerminkan sejauh mana seseorang menyukai pekerjaannya.

Variabel *job satisfaction* diukur menggunakan skala *likert* 1-5. Skala 1 menunjukkan ketidakpuasan dalam pekerjaannya pada karyawan Bank XXX. Skala 5 menunjukkan tingginya ketidakpuasan dalam pekerjaannya dalam karyawan Bank XXX.

3.10.1.2 Organizational Commitment

Menurut (Kreitner, 2008) *organizational commitment* merupakan sejauh mana seorang individu mengidentifikasi dengan suatu organisasi dan berkomitmen untuk mencapai tujuannya.

Variabel *organizational commitment* diukur menggunakan skala *likert* 1-5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *organizational commitment* dalam pekerjaannya pada karyawan Bank XXX. Skala 5 menunjukkan tingginya *organizational commitment* dalam pekerjaannya dalam karyawan Bank XXX.

3.11 Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel terikat dari penelitian ini adalah *employee identification*.

3.11.1 Employee Identification

Menurut jurnal (Bailey, 2015) *employee identification* merupakan suatu tahapan proses yang terjadi dalam seseorang karyawan yang memiliki keinginan untuk memiliki kesamaan dengan orang lain.

Variabel *employee identification* diukur menggunakan skala *likert* 1-5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *employee identification* dalam pekerjaannya pada karyawan Bank XXX. Skala 5 menunjukkan tingginya *employee identification* dalam pekerjaannya dalam karyawan Bank XXX.



3.12 Tabel Operasional Variabel

Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Referensi	Skala Likert
1.	<p><i>Job Satisfaction</i> adalah keadaan emosional dan perilaku seorang karyawan terhadap pekerjaannya. (Bailey, 2015)</p>	<p>1. Saya puas dengan peluang karir yang saya peroleh di perusahaan ini</p> <p>2. Saya puas dengan kebebasan yang saya peroleh untuk dapat melakukan pekerjaan dengan baik</p> <p>3. Saya puas dengan gaji yang saya terima untuk pekerjaan saya</p> <p>4. Saya merasa senang dengan perusahaan XXX</p>	<p>Donald C. Barnes Joel E. Collier , (2013), "<i>Investigating work engagement in the service environment</i>", <i>Journal of Services Marketing</i>, Vol. 27</p> <p>Ainsworth Anthony Bailey, Faisal Albassami, Soad Al-</p>	Skala likert 1-5

		5. Saya merasa aman dengan pekerjaan saya di bank XXX	Meshal, (2016) " <i>The roles of employee job satisfaction and organizational commitment in the internal marketing employee bank identification relationship</i> ", <i>International Journal of Bank Marketing</i> , Vol. 34 Issue: 6, pp.821-840	
		6. Saya merasa senang dengan pekerjaan saya di bank XXX Jakarta Utara		
		7. Saya bergaul dengan atasan saya di bank XXX		
2.	Organizational commitment adalah sejauh mana seorang individu mengidentifikasi dengan suatu organisasi dan berkomitmen untuk mencapai	1. Saya akan merasa bersalah jika saya meninggalkan bank XXX sekarang	Ainsworth Anthony Bailey, Faisal Albassami, Soad Al-Meshal, (2016) " <i>The roles of employee job satisfaction and organizational commitment in</i>	Skala likert 1-5
		2. Saya tidak akan meninggalkan bank ini sekarang karena saya memiliki rasa kewajiban kepada orang-orang		

tujuannya (Byars & Rue, 2008)	di dalamnya	<i>the internal marketing-employee bank identification relationship", International Journal of Bank Marketing, Vol. 34 Issue: 6, pp.821-840</i>
	3. Saya merasa terikat dengan perusahaan	Donald C. Barnes Joel E. Collier , (2013), " <i>Investigating work engagement in the service environment", Journal of Services Marketing, Vol. 27</i>
	4. Saya memiliki kesetiaan yang besar kepada perusahaan	Iss 6 pp. 485 - 499
	5. Saya bersedia membangun perusahaan hingga sukses	

6. Saya peduli dengan nasib perusahaan

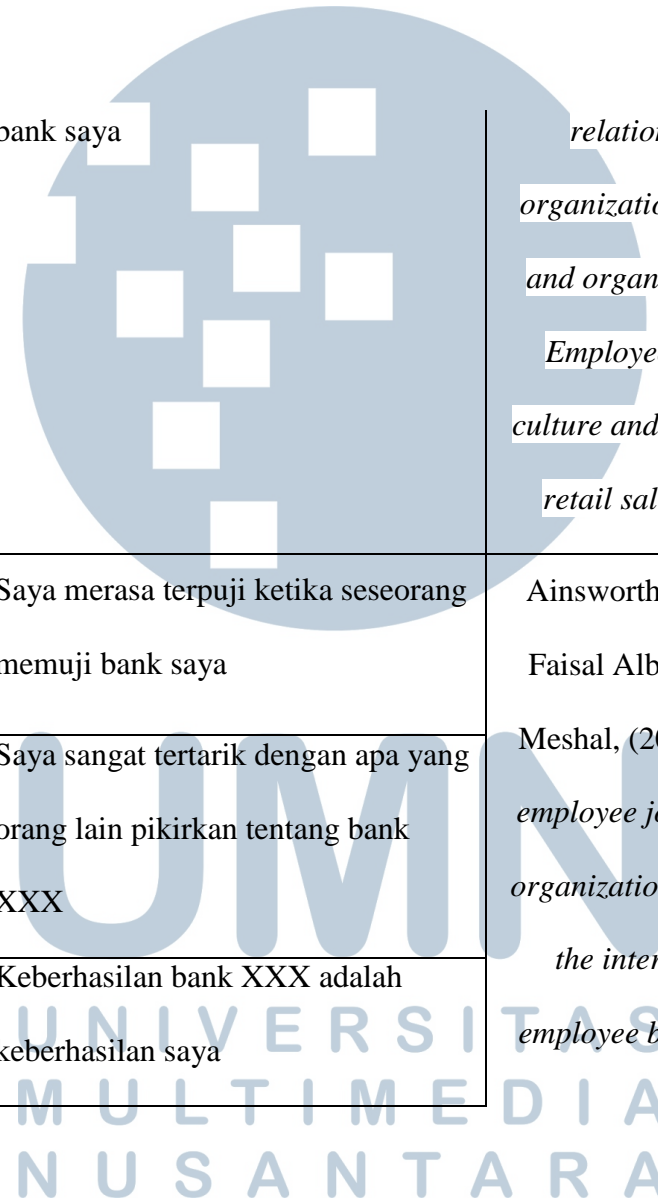
John P. Meyer, Natalie J. Allen, and Catherine A. Smith, "*Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization*", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 78, No. 4, 538-551

7. Saya merasa tidak tertekan di perusahaan bank XXX

Ainsworth Anthony Bailey, Faisal Albassami, Soad Al-Meshal, (2016) "*The roles of employee job satisfaction and organizational commitment in*

			<p><i>the internal marketing-employee bank identification relationship", International Journal of Bank Marketing, Vol. 34 Issue: 6, pp.821-840</i></p>	
	<p><i>Employee identification</i></p> <p>Adalah suatu tahapan proses yang terjadi dalam seseorang karyawan yang memiliki keinginan untuk memiliki kesamaan dengan orang lain (Bailey, 2015).</p>	<p>1. Saya melihat diri saya sebagai karyawan di sini</p>	<p>David Solnet, (2006), "<i>Introducing employee social identification to customer satisfaction research", Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 16 Iss 6 pp. 575 - 594</i></p>	Skala likert 1-5
		<p>2. Saya merasa sangat loyalitas dengan</p>	<p>Schrodt, P. (2002). <i>The</i></p>	

		<p>bank saya</p>	<p><i>relationship between organizational identification and organizational culture: Employee perceptions of culture and identification in a retail sales organization.</i></p>
		<p>3. Saya merasa terpuji ketika seseorang memuji bank saya</p>	<p>Ainsworth Anthony Bailey, Faisal Albassami, Soad Al-</p>
		<p>4. Saya sangat tertarik dengan apa yang orang lain pikirkan tentang bank XXX</p>	<p>Meshal, (2016) "<i>The roles of employee jobsatisfaction and organizational commitment in</i></p>
		<p>5. Keberhasilan bank XXX adalah keberhasilan saya</p>	<p><i>the internal marketing-employee bank identification</i></p>



		6. Saya merasa terhina ketika seseorang mengkritik bank XXX.	<i>relationship", International Journal of Bank Marketing, Vol. 34 Issue: 6, pp.821-840</i>	
		7. Saya merasa buruk ketika sebuah cerita di media mengkritik bank XXX.		

Sumber: Data Olahan Penelitian



3.13 Teknis Pengolahan Analisis Data

3.13.1 Uji Instrumen

Menurut Ghozali (2016, p. 47), dalam bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi dan sosiologi, umumnya variabel penelitian dirumuskan sebagai variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat diukur langsung, melainkan dibentuk melalui indikator atau dimensi yang diamati. Ada dua jenis uji instrumen yang digunakan untuk mengukur kelayakan kuesioner yang digunakan dalam penelitian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Dalam *pre-test* penelitian, penulis menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 23, yaitu *software* yang berfungsi menganalisis data, melakukan perhitungan statistik, baik untuk parametrik maupun non-parametrik dengan basis *windows*. Sedangkan untuk *main-test*, penulis menggunakan program AMOS.

3.13.2 Uji Validitas

Menurut Zikmund et al., (2013, p. 303), uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu *measurement* secara akurat mewakili suatu konsep. Sedangkan menurut Ghozali (2016, p. 52) dalam bukunya yang berjudul *Aplikasi Analisis Multivariate*, uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan/*valid* atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan *valid* apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mewakili variabel yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk menguji validitas dan reliabilitas, dilakukan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dimana komponen yang

digunakan untuk melakukan uji validitas adalah memiliki nilai *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* dan *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* yang dikehendaki adalah lebih dari 0.50 (Hair et al., 2010, p. 105). Selain itu, nilai *Bertlett's Test of Sphericity (Sig.)* harus lebih kecil sama dengan 0.05 (Hair et al., 2010, p. 105), dan nilai *factor loading* harus lebih besar sama dengan 0.50 (Hair et al., 2010, p. 686). Setelah memenuhi syarat-syarat uji validitas, maka dapat dilakukan uji reliabilitas.

3.13.3 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016, p. 47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α), dimana nilai data harus diatas 0,7 (Hair et al., 2010, p. 125).

3.14 Structural Equation Model (SEM)

Structural Equation Model (SEM) merupakan sebuah teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan 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, p. 616). Menurut Hair et al. (2010, p. 635), tahapan teknik analisis SEM adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan masing-masing *construct* atau indikator untuk mengukurnya
2. Membuat diagram *measurement model* atau model pengukuran.
3. Menentukan *sample size* yang akan diambil dan memilih metode estimasi dan pendekatan untuk menangani *missing data*
4. Mengukur validitas atau kecocokan model pengukuran. Jika model pengukuran dinyatakan valid, maka dilanjutkan ke tahap 5 dan 6.
5. Mengubah model pengukuran menjadi model *structural*
6. Menilai validitas atau kecocokan model *structural*. Jika model *structural* memiliki tingkat kecocokan yang baik maka selanjutnya dapat dilakukan penarikan kesimpulan penelitian.

3.15 Uji Kecocokan Model Keseluruhan

GOFI (*Goodness of Fit Indices*) dikelompokkan dalam 3 bagian yaitu (Hair et al.,2010) :

1. *Absolute fit indices*

Absolute fit measure digunakan untuk mengukur seberapa baik model yang ditentukan oleh peneliti terhadap data yang diamati (Hair et al., 2010, p. 648)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2. *Incremental fit measures*

Incremental fit measures digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang disebut sebagai *null model* atau *independence model* (Hair et al., 2010, p. 650)

3. *Parsimonius fit measures*

Parsimonius fit indices digunakan untuk memberikan informasi tentang model mana yang paling baik digunakan, dengan mempertimbangkan kesesuaian model yang relatif terhadap kompleksitasnya (Hair, et al., 2010, p. 650)

Uji *structural model* dapat dilakukan dengan mengukur *goodness of fit model* yang menyertakan kecocokan nilai (Hair et al., 2010, p. 659) :

- a. Nilai χ^2 dengan DF
- b. Satu kriteria *absolute fit index* (i.e., GFI, RMSEA, SRMR, *Normed Chi-square*)
- c. Satu kriteria *incremental fit index* (i.e., CFI atau TLI)
- d. Satu kriteria *goodness-of-fit index* (i.e., GFI, CFI, TLI)
- e. Satu kriteria *badness-of-fit index* (RMSEA, SRMR)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A