



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

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

### **Copyright and reuse:**

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

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Movic merupakan platform untuk memberikan kemudahan sewa dan menyewakan mobil yang tersedia dalam bentuk aplikasi. Melalui aplikasi Movic, pengguna aplikasi ini dapat menjadi *customer* maupun *owner*. Customer merupakan orang yang melakukan sewa mobil sedangkan owner adalah pemilik mobil yang menyewakan mobilnya di Movic.



Sumber: google.com

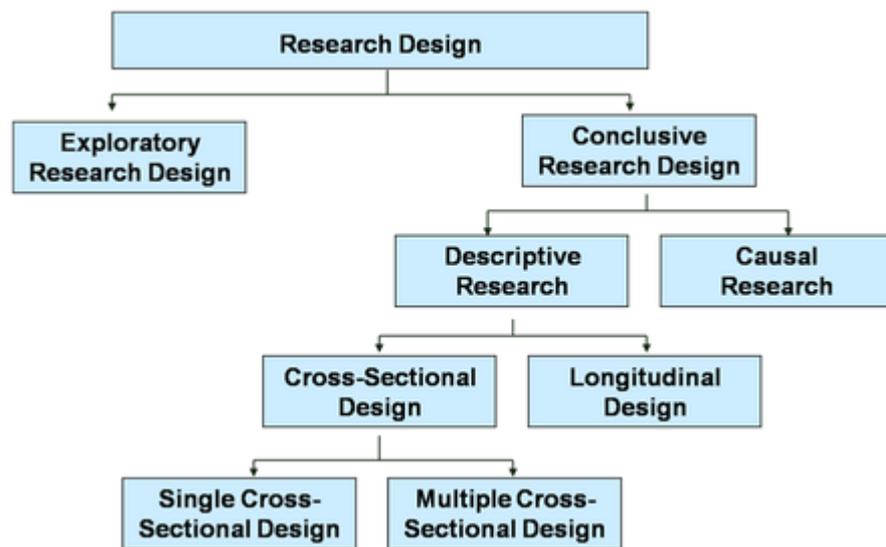
**Gambar 7. Logo Movic**

Fasilitas Movic ada dua jenis yaitu *car only* dimana *customer* hanya menyewa mobil saja dan *car with driver* dimana *customer* dapat menyewa mobil dengan menggunakan jasa pengemudi. Ada banyak keuntungan yang didapatkan oleh pengguna ketika menggunakan Movic. Sebagai Customer, diberikan kebebasan dalam memilih mobil yang ingin disewa.

*Customer* juga dapat melihat mobil-mobil yang tersedia di lokasi terdekat, dan dapat memilih mobil berdasarkan destinasi populer yang ada di Indonesia. *Customer* bisa langsung mencari tempat penyewaan mobil populer, serta bisa mencari mobil yang diinginkan berdasarkan kategorinya. Di sisi lain, keuntungan yang didapat oleh *Car Owner* adalah penghasilan tambahan dengan menyewakan mobilnya melalui Movic dan insentif tambahan dari setiap transaksi yang terjadi. Aplikasi Movic merupakan produk terbaru milik Astra Digital yang diluncurkan pada tanggal 28 September 2018. Layanan Movic tidak hanya di Jakarta, tetapi juga bisa digunakan di Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Pontianak, dan Makassar.

### 3.2 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dimana menurut Malhotra (2010), penelitian kuantitatif adalah metodologi riset yang berupaya untuk mengkuantifikasi data dan biasanya menerapkan analisis statistik tertentu. Pendekatan deskriptif kuantitatif adalah teknik mengumpulkan, mengelola, menyederhanakan, menyajikan dan menganalisis data agar dapat memberikan gambaran yang teratur tentang suatu peristiwa dengan observasi yang dapat dinyatakan angka-angka.



Sumber: Malhotra (2010)

**Gambar 8. Klasifikasi Dalam Riset Pemasaran**

*Conclusive research design* dibagi menjadi 2, yaitu *descriptive research* dan *causal research*. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *conclusive research design* dengan jenis penelitian *descriptive research* dan *causal research*. Menurut Malhotra (2010) *descriptive research* adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat, sedangkan *causal research* adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel.

*Causal research* dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel *dependen*. Penelitian yang bertujuan untuk mencari sebuah informasi terhadap suatu permasalahan yang sedang diteliti

menggunakan metode pengambilan data *cross sectional design* yaitu data yang diambil hanya satu kali dari sampel dengan melakukan *survey*. *Survey* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada sampel dari populasi, dimana responden menjawab dengan memberikan rating penilai dari skala *likert* 1 sampai 7.

### **3.2.1 Prosedur Penelitian**

Adapun prosedur dalam penelitian ini adalah:

1. Mengumpulkan informasi dari jurnal yang mendukung penelitian. Kemudian membuat model penelitian, hipotesis penelitian, dan mulai menyusun kerangka penelitian.
2. Membuat kuesioner yang kemudian akan disebarkan untuk *pre-test*.
3. Menyebarkan kuesioner kepada 30 responden untuk melakukan *pre-test*.
4. Setelah mengumpulkan 30 responden, data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 25. Jika semua data telah memenuhi syarat, maka dapat menyebarkan kuesioner dengan jumlah yang lebih besar.
5. Kuesioner yang disebarkan dalam jumlah besar disesuaikan dengan jumlah indikator. Banyak sampel ditentukan dengan jumlah pertanyaan pada kuesioner dengan asumsi  $n \times 5$  observasi. (hair et al., 2010)
6. Setelah seluruh data terkumpul, data dianalisis dan diolah dengan menggunakan *software* Lisrel versi 8.8.

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **3.3.1 Target Populasi**

Menurut Malhotra (2009), Populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Sedangkan menurut Sudjana (2010) Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Berdasarkan definisi diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Movic yang pernah mengunduh dan mencoba untuk melihat fitur aplikasi tetapi tidak pernah melakukan transaksi.

#### **3.3.2 Sampling Techniques**

Menurut Malhotra (2012), Teknik sampling merupakan suatu proses pengambilan jumlah yang cukup dari populasi, sehingga hasil analisa pengambilan jumlah tersebut dapat menggambarkan populasi secara garis besar.

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

##### *1. Probability Sampling*

Merupakan prosedur *sampling* yang setiap elemen populasi memiliki probabilitas atau kesempatan tetap pada *sample* sudah ditetapkan atau yang sudah dipilih.

##### *2. Non-Probability Sampling*

Dimana tidak semua orang memiliki peluang yang sama untuk menjadi *sampel* dalam penelitian tersebut.

Menurut Maholtra (2010), terdapat 4 teknik *non-probability sampling* yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Convenience Sampling*

Merupakan sebuah teknik *non-probability sampling* yang dapat mengambil *sampel* dengan cara lebih mudah karena responden ditentukan pada waktu dan tempat itu juga tanpa adanya kualifikasi responden terlebih dahulu.

2. *Judgemental Sampling*

Merupakan bentuk *convenience sampling* dengan elemen populasi tertentu yang telah dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti. Elemen yang telah dipilih dianggap dapat mempresentasikan populasi.

3. *Quota Sampling*

Merupakan *non-probability sampling* yang memiliki dua tahap. Tahap pertama yaitu, menentukan kuota masing-masing elemen populasi. Tahap kedua yaitu, mengambil *sampel* berdasarkan teknik *convenience* maupun *judgemental*.

4. *Snowball Sampling*

Teknik *sampling* yang didasarkan pada referensi para responden. Mereka diminta untuk mereferensikan orang lain yang memenuhi kriteria sebagai responden. Proses ini terus berlanjut sehingga menimbulkan efek meluas atau yang dikenal dengan *snowball*.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *sampling non-probability* dimana dengan teknik *judgemental sampling*. Hal ini dikarenakan sampel yang diperlukan harus sesuai dengan pertimbangan dan ketentuan yang dibuat oleh peneliti. Peneliti menggunakan *judgemental sampling* karena responden ditentukan berdasarkan pertanyaan *screening*. Ketentuan yang peneliti gunakan yaitu pria dan wanita berusia di atas 18 tahun yang mengetahui dan pernah menggunakan aplikasi Movic tetapi tidak pernah melakukan transaksi.

### 3.3.3 Sampling Size

Menurut Malhotra (2012) *sampel size* merupakan jumlah dari elemen yang ditentukan dalam sebuah penelitian. Sampel penelitian ketika melakukan pre-test adalah sebanyak 30 sampel. Menurut Hair et al., (2010) jumlah sampel minimal adalah 5 atau lebih dikalikan dengan jumlah *observable variable* atau yang dimaksud dengan measurement dimana merupakan pertanyaan yang ada pada kuesioner. Jumlah indikator atau pertanyaan dalam penelitian ini adalah 30 yang kemudian dikalikan 5 sehingga menjadi 150 sampel. Maka peneliti harus menyebarkan kuesioner kepada 150 responden.

### 3.3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2011) variabel penelitian merupakan suatu sifat tiap individu, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penjelasan mengenai spesifikasi dan indikator dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Variabel Eksogen

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* atau terikat (endogen), baik secara positif maupun negatif, yaitu jika terdapat variabel eksogen, variabel endogen juga hadir dengan setiap unit kenaikan dalam variabel eksogen, dan terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel endogen.

#### b. Variabel intervening

Variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen (Eksogen) dengan variabel dependen (Endogen) tetapi tidak dapat diamati dan diukur Sugiyono (2010). *Intervening variable* dalam penelitian ini adalah *trust* dan *perceived risk*.

### c. Variabel Endogen

Variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Variabel endogen ini adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas atau eksogen Sugiyono (2010). Pada penelitian ini terdapat 30 pertanyaan pada kuisisioner sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah 30 indikator.

### 3.3.5 Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan langsung dari responden, dengan melakukan penyebaran kuesioner guna memperoleh data yang valid dari responden. Sumber data lebih ditujukan pada orang yang berusia di atas 18 tahun dan mengetahui mengenai aplikasi Movic. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui *library research* yang merupakan pengumpulan data dengan mempelajari dasar teori dari buku, artikel, jurnal, dan sejenisnya yang berhubungan dengan yang diteliti.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Untuk mengukur variabel dalam penelitian ini dibuat indikator agar dapat mengukur variabel secara akurat. Hal ini dimaksudkan untuk menyamakan persepsi dan menghindari kesalahpahaman dalam mendefinisikan variabel yang dianalisis. Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah *likert scale 7* (tujuh) poin. Seluruh variabel diukur dengan skala likert 1-7.

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

**Tabel 2. Tabel Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Measurement	Referensi	Scale
1	Negative EWOM	Negative E-WOM dapat didefinisikan sebagai pernyataan negatif atas apa pun yang dibuat oleh konsumen aktual ataupun mantan konsumen mengenai suatu merek, yang tersedia bagi banyak orang dan lembaga melalui situs jejaring sosial (Hennig-Thurau dkk. 2004).	EWOM1	Saya mempertimbangkan review dari internet sebelum mengunduh aplikasi Movic	(Rangga Restu Prayogo, 2017); (Thorsten Hennig-Thurau, 2004)	Likert 1-7
			EWOM2	Saya merasa percaya dengan review dari internet yang didapat mengenai aplikasi Movic		
		<i>The negative electronic word of mouth (negative eWOM) can be defined as any negative statement made by actual, or former consumers about a brand, which is available to a multitude of people and institutions via social network sites (Hennig-Thurau et al. 2004).</i>	EWOM3	Saya sering melihat review dari ulasan atau komentar online pada aplikasi Movic		
			EWOM4	Saya merasa ulasan dari internet sangat berguna untuk menentukan penggunaan aplikasi		

No	Variabel	Definisi	Indikator	Measurement	Referensi	Scale
2	Trust	Kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya, dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya (Siagian dan Cahyono, 2014).	TR1	Saya memiliki persepsi aman ketika melakukan pembayaran melalui aplikasi Movic	(Vaggelis Saprikis, 2018); (Zeba, 2016)	Likert 1-7
			TR2	Saya memiliki persepsi bahwa data pribadi akan aman ketika menggunakan aplikasi Movic		
		TR3	Saya merasa ketentuan penggunaan yang diberikan Movic memberi rasa aman			
		TR4	Saya merasa PT. Astra Digital sebagai perusahaan pemilik aplikasi Movic akan bertanggung jawab dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada aplikasi Movic			

No	Variabel	Definisi	Indikator	Measurement	Referensi	Scale
3	Perceived Risk	Risiko didefinisikan dalam ketentuan pada ketidakpastian dan konsekuensi yang terkait dengan tindakan konsumen (Bauer, 1960)	PR1	Saya memiliki persepsi bahwa saya akan rentan menjadi korban penipuan ketika melakukan transaksi melalui aplikasi Movic	(Vaggelis Saprikis, 2018); (Fei-Fei Cheng, 2013)	Likert 1-7
			PR2	Saya memiliki persepsi bahwa informasi pribadi yang telah didaftarkan pada aplikasi Movic dapat disalahgunakan		
		PR3	Saya merasa bahwa besar kemungkinan tidak mendapatkan jasa yang sesuai dengan ketentuan yang diberikan pada aplikasi Movic			
		PR4	Saya memiliki persepsi bahwa ketika menggunakan aplikasi Movic dapat menyia-nyiakan waktu			
		Risk defined in terms of the uncertainty and consequences associated with a consumer's actions (Bauer, 1960)				

No	Variabel	Definisi	Indikator	Measurement	Referensi	Scale
4	Perceived Ease of Use	PEOU didefinisikan sebagai, sejauh mana individu merasakan betapa mudahnya untuk menggunakan teknologi (Davis et al. 1989).	PEOU1	Saya merasa aplikasi Movic mudah untuk dipelajari	(Vaggelis Saprikis, 2018); (Zeba, 2016)	Likert 1-7
			PEOU2	Saya merasa akan mudah mahir dalam menggunakan aplikasi Movic		
			PEOU3	Saya merasa navigasi atau panduan pada aplikasi Movic tidak membingungkan		
		<i>PEOU is defined as the degree to which individuals perceive how easy it is to use the technology (Davis et al. 1989)</i>	PEOU4	Saya merasa informasi mengenai jasa yang diberikan dari aplikasi Movic mudah dipahami		
			PEOU5	Saya merasa akan mudah melakukan penyewaan mobil dalam aplikasi Movic		
			PEOU6	Saya merasa aplikasi Movic akan mudah untuk digunakan		

No	Variabel	Definisi	Indikator	Measurement	Referensi	Scale
5	Perceived Usefulness	PU mengacu pada sejauh mana individu percaya betapa bergunanya teknologi tersebut (Davis et al. 1989).	PU1	Saya merasa akan menghemat waktu untuk mendapatkan mobil rental dengan menggunakan aplikasi Movic	(Vaggelis Saprikis, 2018); (Zeba, 2016)	Likert 1-7
			PU2	Saya merasa harga transaksi akan lebih murah ketika menggunakan aplikasi Movic		
			PU3	Saya merasa akan meningkatkan efektivitas jika menggunakan aplikasi Movic		
		<i>PU refers to the extent to which individuals believe how useful the technology would be (Davis et al. 1989).</i>	PU4	Saya merasa informasi yang disediakan pada aplikasi sangat membantu dalam penyewaan mobil		
			PU5	Saya merasa dengan adanya aplikasi Movic akan mempermudah melakukan kegiatan menyewa mobil		
			PU6	Saya merasa aplikasi Movic akan berguna untuk kegiatan sehari-hari		

No	Variabel	Definisi	Indikator	Measurement	Referensi	Scale
6	Intention to Use	Intention to Use adalah kemungkinan akan menggunakan, tertarik menggunakan teknologi baru dalam waktu dekat ini, dan ingin menggunakan teknologi baru ketika ada kesempatan (Luna et al., 2017).	ITU1	Saya akan menggunakan aplikasi Movic di masa depan	(Zeba, 2016); (Yu-Hui Chen, Stuart Barnes, 2007)	Likert 1-7
			ITU2	Saya berniat untuk menggunakan aplikasi Movic		
			ITU3	Saya akan menyewa mobil pada aplikasi Movic		
		ITU4	Saya bersedia untuk merekomendasikan aplikasi Movic di masa depan			
		ITU5	Saya tidak akan ragu untuk memberikan informasi mengenai aplikasi Movic			
		ITU6	Saya berniat untuk melakukan transaksi pada aplikasi Movic			
		Intention to Use is likely to use, interested in using new technology in the near future, and want to use new technology when there is an opportunity (Luna et al., 2017).				

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Dalam pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dua jenis *test* yang berbeda. Yaitu, *pre-test* dan *main-test*. Peneliti menggunakan *software* SPSS versi 25 untuk mengolah data *pre-test*. Sedangkan ketika mengolah data besar atau *main-test*, peneliti menggunakan *software* Lisrel versi 8.8 (*Linear Structural Relationship*).

#### **3.5.1 Uji Instrumen**

##### **3.5.1.1 Uji Pre-test**

*Pre-test* adalah prosedur penyaringan yang melibatkan uji coba dengan sekelompok responden untuk mengatasi masalah mendasar dalam desain survey Zikmund *et al.*, (2013). Dalam melakukan uji *pre-test*, peneliti mengumpulkan sebanyak 30 responden untuk diuji dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *google form*. Data dari hasil penyebaran kuesioner ini diolah menggunakan *software* SPSS versi 25 untuk menguji validitas dan reabilitas dari pertanyaan kuesioner.

##### **3.5.1.2 Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2016), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur dengan kuesioner. Sedangkan menurut Malhotra (2010), sebuah indikator dapat diketahui sah atau valid tidaknya melalui sebuah uji validitas.

No.	Ukuran Validitas	Nilai Disyaratkan
1	<p><b>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)</b>  <b>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</b></p> <p>Merupakan indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis.</p>	<p>Nilai KMO <math>\geq 0,5</math> mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai sedangkan jika KMO <math>&lt; 0,5</math> maka analisis faktor tidak memadai. (Malhotra, 2010)</p>
2	<p><b>Barlett's Test of Sphericity</b></p> <p>Merupakan uji statistik yang biasanya digunakan untuk menguji sebuah hipotesis.</p>	<p>Jika hasil uji nilai signifikan <math>\leq 0.05</math> menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dengan indikatornya. (Malhotra, 2010)</p>
3	<p><b>Anti Image Matrics</b></p> <p>Untuk memprediksi hubungan suatu variable dengan variable lain memiliki kesalahan.</p>	<p>Memperhatikan nilai MSA = 1, prediksi antar variabel tidak memiliki kesalahan ; Nilai MSA <math>\geq 0.50</math> variabel harus dianalisa lebih lanjut ; Nilai MSA <math>\leq 0.50</math> tidak dapat dianalisis lebih lanjut, harus dilakukan perhitungan analisis faktor ulang ketika situasi tersebut. (Malhotra, 2009)</p>
4	<p><b>Factor Loading atau component matrix</b></p> <p>Merupakan besarnya korelasi suatu indicator dengan factor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam membangun setiap variabel.</p>	<p>Kriteria validitas suatu indikator jika nilai <i>Factor Loading</i> sebesar <math>\geq 0.50</math> (Hair, Black, and Anderson 2010)</p>

### 3.5.1.3 Uji Reabilitas

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan uji reabilitas. Menurut Malhotra (2010) sebuah penelitian dapat mengetahui tingkat kehandalan melalui sebuah uji reabilitas. 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  $\geq 0.6$

### 3.5.2 Metode Analisis Data dengan Struktural Equation Model

*Structural Equation Model* (SEM) merupakan teknik *statistic multivariate* yang digunakan untuk menggabungkan beberapa aspek dalam *multiple regression* yang memungkinkan untuk menguji rangkaian hubungan dependen yang terkait antar variabel yang terukur dan *latent construct* maupun di antara *latent construct* (Hair *et al.*, 2010). Analisis hasil penelitian menggunakan metode *Structural Equation Modeling*. Perangkat lunak yang digunakan pada penelitian ini adalah *Lisrel* versi 8.8 untuk melakukan uji validitas, reabilitas, dan uji hipotesis penelitian.

Struktural model atau *Latent variable relationship*. Persamaannya adalah:

$$\begin{aligned}\eta &= \gamma \delta + \delta \\ \eta &= B\eta + \Gamma\delta + \delta\end{aligned}$$

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

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

Persamaannya adalah:

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

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

Persamaannya adalah:

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

Persamaan di atas digunakan dengan asumsi:

1.  $\delta$  tidak berkorelasi dengan  $\xi$ .
2.  $\varepsilon$  tidak berkorelasi dengan  $\varepsilon$ .
3.  $\delta$  tidak berkorelasi dengan  $\xi$ .
4.  $\delta$ ,  $\varepsilon$ , dan  $\delta$  tidak saling berkorelasi (*mutually correlated*).
5.  $\gamma - \beta$  bersifat non singular.

Dimana notasi-notasi diatas memiliki arti sebagai berikut:  $y$  = vektor variabel endogen yang dapat diamati.

1.  $x$  : vektor variabel eksogen yang dapat diamati.
2.  $\eta$  (eta) : vektor random dari variabel laten endogen.
3.  $\delta$  (ksi) : vektor random dari variabel laten eksogen.
4.  $\varepsilon$  (epsilon) : vektor kekeliruan pengukuran dalam  $y$ .
5.  $\delta$  (delta) : vektor kekeliruan pengukuran dalam  $x$ .
6.  $\lambda_y$  (lambda  $y$ ) : matrik koefisien regresi  $y$  atas  $\eta$ .
7.  $\lambda_x$  (lambda  $x$ ) : matrik koefisien regresi  $y$  atas  $\delta$ .
8.  $\gamma$  (gamma) : matrik koefisien variabel  $\delta$  dalam persamaan struktural.
9.  $\beta$  (beta) : matrik koefisien variabel  $\eta$  dalam persamaan struktural.
10.  $\delta$  (zeta) : vektor kekeliruan persamaan dalam hubungan struktural antara  $\eta$  dan  $\delta$ .

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

1. Membentuk model teori sebagai dasar model SEM yang mempunyai justifikasi yang kuat. Merupakan suatu model kausal atau sebab akibat yang menyatakan hubungan antar dimensi atau variabel.
2. Membangun path diagram dari hubungan kausal yang dibentuk berdasarkan dasar teori. *Path diagram* digunakan untuk memudahkan peneliti melihat hubungan kausalitas yang diujinya.
3. Membagi *path diagram* tersebut menjadi satu set model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*).
4. Pemilihan matriks data input dan mengestimasi model yang diajukan. Perbedaan SEM dengan teknik multivariat lainnya adalah dalam input data yang digunakan dalam pemodelan dan estimasinya. SEM hanya menggunakan matrik varian/kovarian atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan.

5. Menentukan *the identification of the structural model*. Langkah ini untuk menentukan model yang dispesifikasi, bukan model yang *underidentified* atau *unidentified*. Problem identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala berikut:

- a. *Standard Error* untuk salah satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
- b. Program ini mampu menghasilkan matriks informasi yang seharusnya disajikan.
- c. Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya error varian yang negatif.
- d. Muncul korelasi yang sangat tinggi antar korelasi estimasi yang didapat. (misalnya lebih dari 0.9)

6. Mengevaluasi kriteria dari *goodness of fit* (GOF) atau uji kecocokan. Pada tahap ini kesesuaian model dievaluasi melalui telaah Terhadap berbagai kriteria *goodness of fit* sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel minimal 100-150 dan dengan perbandingan 5 observasi untuk setiap parameter *estimate*.
- b. Normalitas dan linearitas.
- c. *Outliers*.
- d. *Multicolinierity* dan *singularity*.

7. Menginterpretasikan hasil yang didapat dan mengubah model jika diperlukan.

### 3.5.2.1 Kecocokan Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

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

Pengukuran secara kombinasi dapat dimanfaatkan untuk menilai kecocokan model dari tiga sudut pandang yaitu *overall fit*, *comparative fit base model* atau kecocokan komparatif pada model dasar, dan model *parsimony*. Hair et al dalam Wijanto (2008) mengelompokan GOF menjadi tiga bagian yaitu, *absolute fit measure*, *incremental fit measure*, dan *parsimonius fit measure*.

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

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

**Tabel 3. Perbandingan Ukuran Goodness of Fit Absolute Fit Measure**

Ukuran Goodness of Fit (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Absolute Fit Measure</i>		
Statistic Chi-Square( $X^2$ )	Nilai yang kecil $p > 0.05$	Good Fit
Goodness of Fit Index (GFI)	$GFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq GFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$GFI \leq 0.80$	Poor Fit
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	$RMSEA \leq 0.08$	Good Fit
	$0.08 \leq RMSEA \leq 0.10$	Marginal Fit
	$RMSEA \geq 0.10$	Poor Fit
Expected Cross-Validation Index (ECVI)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai ECVI <i>saturated</i>	Good Fit

**Tabel 4. Perbandingan Ukuran Goodness of Fit Incremental Fit Measure**

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

Ukuran Goodness of Fit (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Incremental Fit Measure</i>		
Relative Fit Index (RFI)	$RFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq RFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$RFI \leq 0.80$	Poor Fit
Incremental Fit Index (IFI)	$IFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq IFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$IFI \leq 0.80$	Poor Fit
Comperative Fit Index (CFI)	$CFI \geq 0.90$	Good Fit
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$	Marginal Fit
	$CFI \leq 0.80$	Poor Fit

**Tabel 5. Perbandingan Ukuran Goodness of Fit Parsimonius Fit Measure**

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

Sumber: Wijanto (2008)

### 3.5.2.2 Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*)

Uji kecocokan model pengukuran dilakukan setiap hubungan variabel laten dengan beberapa indikator (variabel teramati) melalui evaluasi validitas dan reabilitas Hair et al., dalam Wijanto (2008).

1. Evaluasi terhadap validitas

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

2. Evaluasi terhadap Reabilitas

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

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

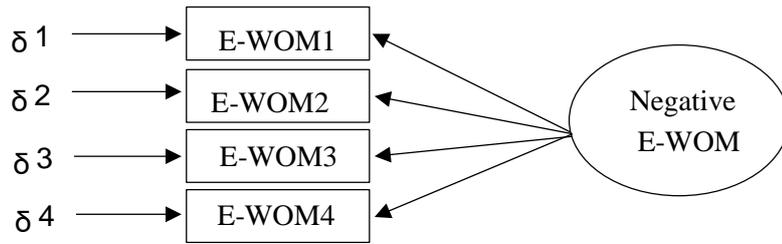
$$CR = \frac{(\Sigma \text{Standardized Loading})^2}{(\Sigma \text{Standardized Loading})^2 + \Sigma \epsilon_j}$$

### 3.6 Model Pengukuran

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

1. *Negative E-WOM*

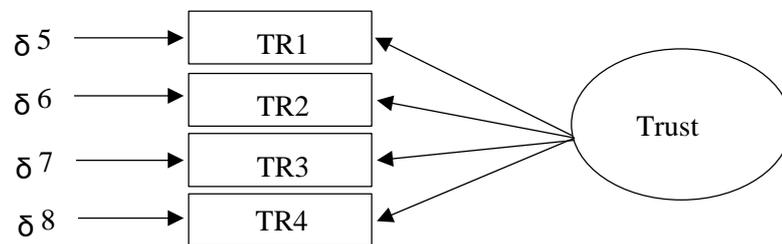
Di dalam model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup> CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *negative E-WOM*. Variabel laten  $\xi_1$  mewakili *Negative E-WOM* maka model pengukuran dari *Negative E-WOM* sebagai berikut:



**Gambar 9. Model Pengukuran Negatif EWOM**

### 2. Trust

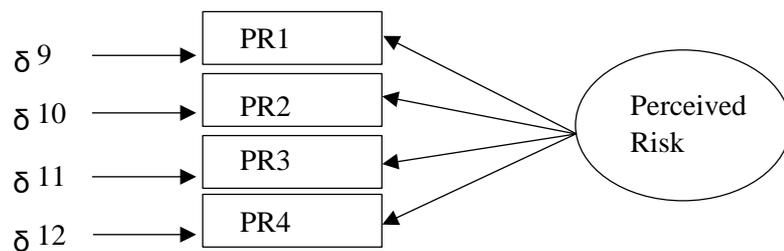
Pada model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup> CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Trust*. Variabel laten  $\xi_2$  mewakili *Trust*. Maka model pengukuran dari *Trust* sebagai berikut:



**Gambar 10. Model Pengukuran Trust**

### 3. Perceived Risk

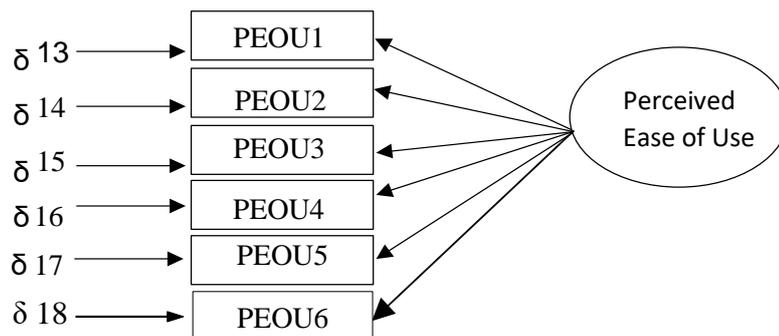
Di dalam model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup> CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Risk*. Variabel laten  $\xi_3$  mewakili *Trust*. Maka model pengukuran dari *Trust* sebagai berikut:



**Gambar 11. Model Pengukuran Perceived Risk**

#### 4. *Perceived Ease of Use*

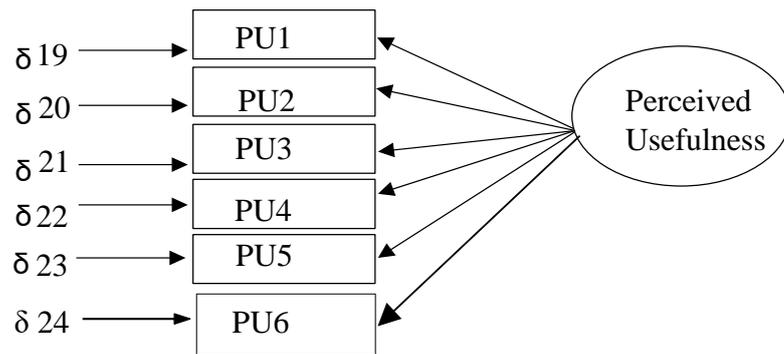
Pada model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup> CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Ease of Use*. Variabel laten  $\xi_4$  mewakili *Perceived Ease of Use*. Maka model pengukuran dari *Perceived Ease of Use* sebagai berikut:



**Gambar 12. Model Pengukuran Perceived Ease of Use**

#### 5. *Perceived Usefulness*

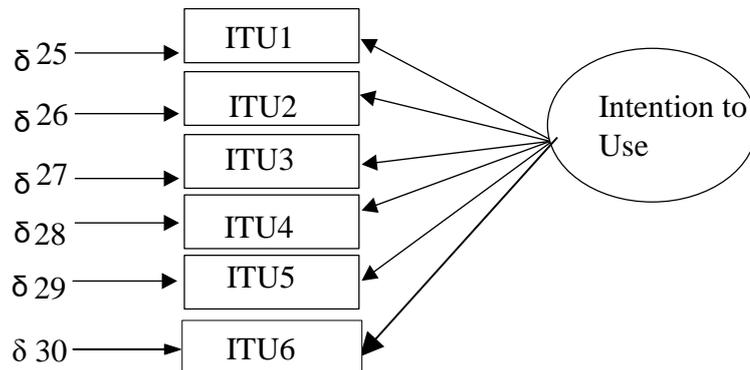
Pada model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup> CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Usefulness*. Variabel laten  $\xi_5$  mewakili *Perceived Usefulness*. Maka model pengukuran dari *Perceived Usefulness* sebagai berikut:



**Gambar 13. Model Pengukuran Perceived Usefulness**

6. Intention to Use

Di dalam model ini, peneliti membagi menjadi empat pertanyaan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1<sup>st</sup> CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Intention to Use*. Variabel laten  $\xi_6$  mewakili *Intention to Use*. Maka model pengukuran dari *Intion to Use* sebagai berikut:



**Gambar 14. Model Pengukuran Intention to Use**