



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 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 3. 1 Logo Bukalapak

Sumber: Google Image

Bukalapak adalah salah satu e-commerce di Indonesia sejak 2010 dan resmi didirikan pada tahun 2011 oleh Achmad Zacky (*Kurniawan, 2016*). Tujuan Bukalapak didirikan untuk membantu para UMKM (Unit Menengah Kecil Mikro) dapat menemukan para pembeli-pembeli lebih mudah. Dalam hal ini Bukalapak mempunyai misi untuk menaikkan UKM di Indonesia karena UKM merupakan pemain utama dalam aktivitas ekonomi di dalam Indonesia dan UKM juga memberikan kesempatan kerja yang bagi penduduk Indonesia.

Seberjalanya waktu *Fintech* (*finance technology*) mulai berkembang dan banyaknya perusahaan- perusahaan baru berlomba- lomba untuk menyajikan *fintech*- fintech mereka dengan berbagai fitur baru. Salah satu fitur *Fintech* yang muncul adalah fitur *Paylater*. Paylater merupakan cara pembayaran baru yang dimana sistem kerjanya mirip dengan credit card yang sudah ada, namun terdapat perbedaan dari cara mereka bekerja yaitu Paylater dapat digunakan cukup dengan menggunakan handphone.

Melihat dari hal tersebut beberapa e-commerce pun ikut memunculkan fitur Paylater dalam sistem pembayaran mereka contohnya seperti Tokopedia bekerjasama dengan OVO

dan memberikan fitur OVO paylater, begitupun juga dengan Bukalapak yang dimana Bukalapak bekerjasama dengan salah satu perusahaan Fintech yang bernama Julo. Dalam kerjasama tersebut Bukalapak menghasilkan sebuah fitur Paylater yang diberi nama Bayarnanti.

Dalam situs Bukalapak dikatakan bahwa saat menggunakan fitur Bayarnanti terdapat 3 jenis kredit limit yang ditawarkan ke konsumen yaitu sebesar 1juta rupiah, 2juta rupiah, dan 3 juta rupiah. Terdapat juga beberapa syarat jika konsumen ingin menggunakan fitur Bayarnanti seperti:

- Fitur Bayarnanti hanya dapat digunakan oleh pembeli yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, dan Surabaya dengan minimum umur akun 3 (tiga) bulan.
- Kredit limit Bayarnanti hanya dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembelian barang (marketplace) di Bukalapak, kecuali untuk produk-
- Pembeli akan dikenakan biaya pelayanan sebesar 5% untuk setiap transaksi pembelian, dimana biaya pelayanan akan dipotong langsung dari kredit limit pembeli.
- Metode BayarNanti memiliki tanggal jatuh tempo tagihan pada tanggal 28 di setiap bulannya.
- Jika pembeli melakukan pembayaran tagihan melebihi tanggal jatuh tempo yang telah ditentukan, maka pembeli akan dikenakan biaya keterlambatan* yang akan disesuaikan dengan jumlah kredit limit yang diterima.
 - 1.Rp5.000 per hari untuk kredit limit sebesar Rp1.000.000.
 - 2.Rp10.000 per hari untuk kredit limit sebesar Rp2.000.000.

3.Rp15.000 per hari untuk kredit limit sebesar Rp3.000.000

Berdasarkan situs Bukalapak terdapat beberapa langkah ketika konsumen ingin mengaktifkan fitur Bayarnanti Bukalapak:

1. Klik ikon BayarNanti pada halaman utama Bukalapak.



Gambar 3. 2Tahapan aktivasi Bayarnanti

Sumber:Bukalapak.com

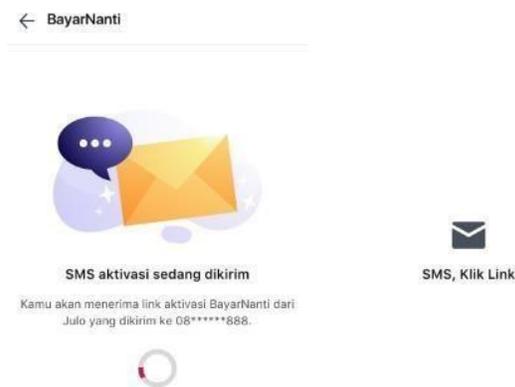
2. Telah menyetujui Syarat dan Ketentuan yang berlaku. Centang pernyataan Saya setuju dengan Syarat dan Ketentuan BayarNanti dan lanjutkan dengan klik Aktifkan Sekarang.



Gambar 3. 3Tahapan aktivasi Bayarnanti

Sumber: Bukalapak.com

3. Julo akan mengirimkan SMS berupa link aktivasi ke nomor handphone pembeli yang terdapat pada akun Bukalapak untuk memastikan nomor tersebut masih dalam keadaan aktif.



Gambar 3. 4Tahapan aktivasi Bayarnanti

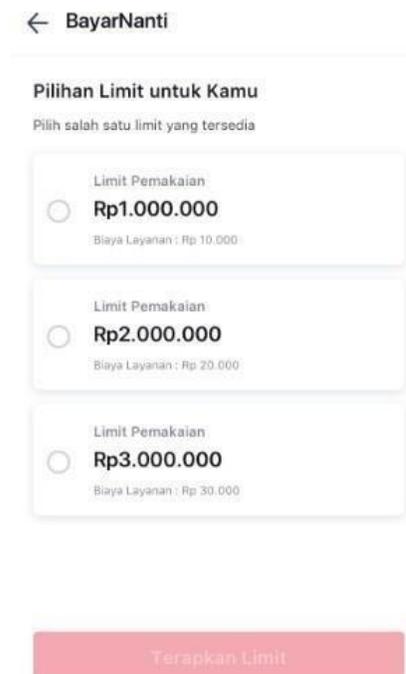
4. Setelah proses aktivasi berhasil dilakukan jika nomor handphone pembeli aktif. Klik link pada halaman untuk kembali ke aplikasi Bukalapak



Gambar 3. 5Tahapan aktivasi Bayarnanti

Sumber: Bukalapak.com

5. Setelah data pembeli telah terverifikasi, pembeli akan diarahkan untuk memilih limit BayarNanti yang ditawarkan. Pilihan limit yang ditawarkan akan berbeda untuk setiap pembeli, tergantung dari hasil pengecekan partner. Selanjutnya klik Terapkan Limit



Gambar 3. 6 Tahapan aktivasi Bayarnanti

Sumber: Bukalapak.com

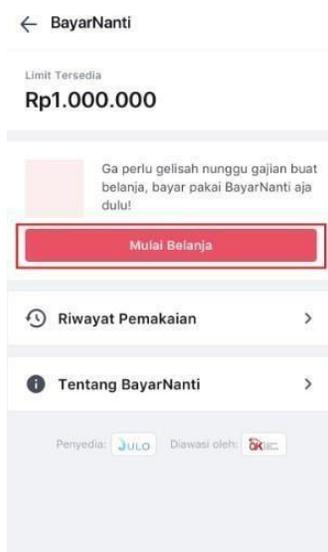
6. Pengajuan dan aktivasi BayarNanti diproses dan dicek oleh partner (Julo).



Gambar 3. 7 Tahapan aktivasi Bayarnanti

Sumber: Bukalapak.com

7. Ketika limit telah tersedia. Klik **Mulai Belanja** untuk berbelanja di Bukalapak dengan fitur BayarNanti



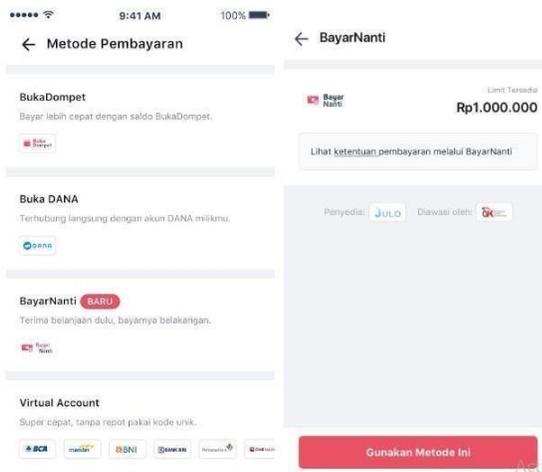
Gambar 3. 8 Tahapan aktivasi Bayarnanti

Sumber: Bukalapak.com

Terdapat langkah- langkah cara pembayaran membeli barang dengan menggunakan fitur Bayarnanti di Bukalapak:

1. Pilih barang yang ingin dibeli di Bukalapak.
2. Isi semua data pembelian dengan lengkap, kemudian klik Metode Pembayaran.
3. Pilih metode pembayaran BayarNanti, kemudian klik Gunakan Metode Ini.

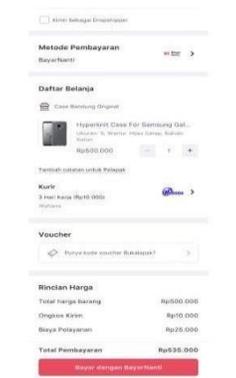
Pastikan pembeli sudah melakukan aktivasi BayarNanti. Penjelasan lebih detail mengenai cara aktivasi dapat dibaca di halaman Fitur Bayarnanti.



Gambar 3. 9 Cara melakukan pembayaran Bayarnanti

Sumber: Bukalapak.com

4. Selanjutnya klik Bayar dengan BayarNanti.



Gambar 3. 10 Cara melakukan pembayaran Bayarnanti

Sumber: Bukalapak.com

5. Pembayaran pembeli otomatis akan terverifikasi oleh sistem Bukalapak.



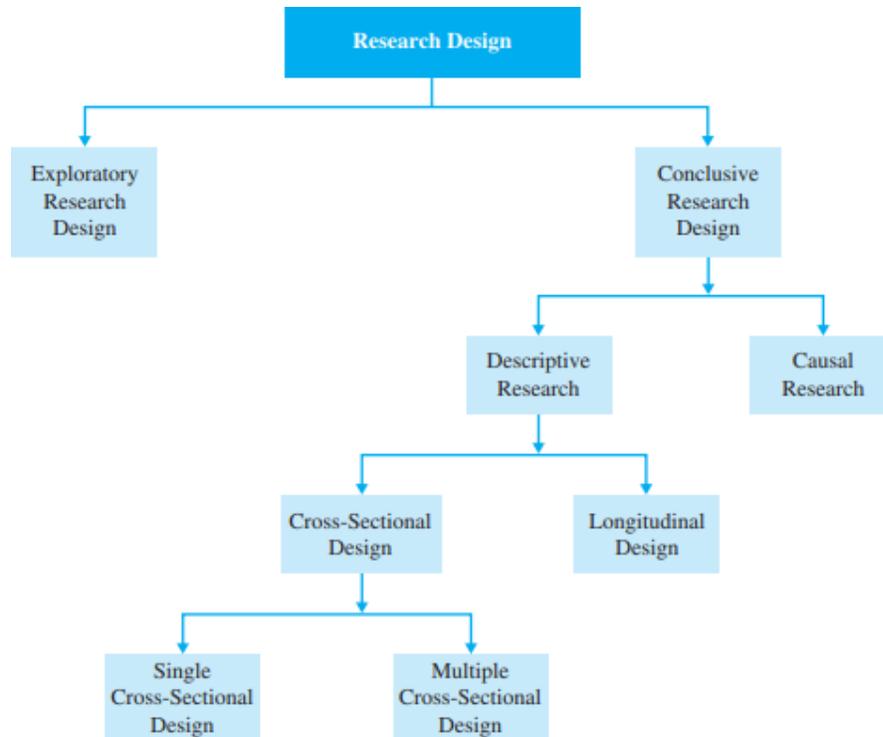
Gambar 3. 11 Cara melakukan pembayaran Bayarnanti

Sumber: Bukalapak.com

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah sebuah kerangka kerja atau gambaran saat peneliti ingin melakukan suatu riset pemasaran yang menjelaskan langkah- langkah yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi yang diperlukans ecara terperinci. Hal ini bertujuan untuk menguji, menentukan jawaban atau pertanyaan, dan memnerikan informasi yang dibuthkan saat pengambilan keputusan (Maholtra, 2010)

Dalamdesain penelitian menurut terbagi menjadi 2 ya itu *explaratory research* dan *conclusive research*.



Gambar 3. 12 *Research Design*

Sumber : Malhotra (2010)

1. Exploratory research design

Exploratory research design merupakan salah satu desain penelitian yang memiliki sifat fleksibel, menggunakan metode penelitian ini peneliti harus mendefinisikan masalah yang tepat, mengidentifikasi tindakan yang relevan, atau mendapatkan wawasan tambahan guna menghadapi sebuah permasalahan. Ketika penelitian menggunakan *exploratory* jenis penelitian tersebut merupakan penelitian qualitative, metode penelitian qualitative mempunyai 2 komponen penelitian yaitu *direct* (Langsung) dan *Indirect* (tidak langsung).

2. Conclusive research design

Conclusive research design merupakan salah satu desain penelitian yang bertujuan untuk memberi gambaran sebuah fenomena, menguji sebuah hipotesis dan meneliti suatu hubungan dan desain penelitian ini bersifat lebih formal dan terstruktur.

Ketika penelitian menggunakan metode conclusive jenis penelitian tersebut merupakan penelitian quantitative, metode penelitian quantitative bertujuan untuk menguji tingkat hipotesis dan pengaruhnya.

Berdasarkan uraian dua jenis desain penelitian diatas, maka dapat disimpulkan penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian *conclusive research design*. Dikarenakan tujuan peneliti merupakan ingin menguji adanya suatu hubungan antar variabel (*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Credibility, The Amount Information of Mobile Credit Card, Perceived Expressiveness terhadap Usage Intention*) yang digunakan dan juga melakukan uji hipotesis, sehingga dapat memberikan saran untuk membantu fitur Bayarnanti Bukalapak dalam pengambilan keputusan akhir dari hasil penelitian.

Dalam *Conclusive Research Design* terbagi menjadi 2 jenis:

1. *Descriptive Research Design*

Menurut (Maholtra, 2010) *Descriptive Research Design* adalah penelitian yang dibuat bertujuan untuk memberikan deskripsi suatu karakteristik dan sebuah kondisi pasar yang terjadi. Dalam metode pengumpulan datanya *Descriptive Research Design* dapat menggunakan survei atau observasi.

2. *Casual Research Design*

Menurut (Maholtra, 2010) *Casual Research Design* adalah jenis penelitian konklusif, yang bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat antar variabel. Dalam metode pengumpulan datanya *Casual Research Design* dapat menggunakan eksperimen.

Berdasarkan uraian diatas dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis riset

Descriptive Research Design, dikarenakan penelitian ini Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendeskripsikan variable *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *Perceived Credibility*, *The Amount Information of Mobile Credit Card*, *Perceived Expressiveness* terhadap *Usage Intention* dengan melakukan penyebaran kuisioner untuk menjelaskan hasil penelitian ini melalui data yang dikumpulkan pada sampel yang mewakili.

Menurut (Maholtra, 2010)) *Descriptive Research Design* terbagi menjadi dua yaitu, *cross-sectional design* dan *longitudinal design*.

1. *Cross-Sectional Design*

Menurut (Maholtra, 2010) *Cross-Sectional Design* adalah sebuah desain penelitian yang menggunakan pengumpulan data atau informasi dari setiap sampel elemen populasi.

2. *Longitudinal Design*

Menurut (Maholtra, 2010) *Longitudinal Design* adalah sebuah desain penelitian yang menggunakan sampel tetap dari elemen populasi bertujuan untuk mengukur secara berulang kali.

Cross-Sectional Design juga terdiri dari dua teknik yaitu, *single-corss-sectional design* dan *multiple cross-sectional design*

1. *Single Cross-Sectional Design*

Single Cross- Sectional Design adalah teknik dimana pengambilan data hanya dilakukan sekali.

2. *Multiple Cross-Sectional Design*

Multiple Cross- Selecetional Design adalah teknik dimana pengambilan data dilakukan dalam berulang kali.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini menggunakan teknik *Single Cross-Sectional Design*, dikarenakan dalam penelitian ini peneliti melakukan satu kali pengambilan data dalam satu kelompok yang populasinya telah ditentukan. Dalam penelitian ini secara umum peneliti akan meneliti tentang pengaruh variable *perceived usefulness, perceived ease of use, Perceived Credibility, The Amount Information of Mobile Credit Card, Perceived Expressiveness* terhadap *Usage Intention* dalam menggunakan fitur Bayarnanti Bukalapak.

3.3 Prosedur Penelitian

Berikut merupakan prosedur penelitian yang dilakukan peneliti dalam pengerjaan penelitian ini:

1. Menentukan dan mengidentifikasi fenomena serta masalah yang terjadi.
2. Menentukan judul, topik, dan objek yang ingin diteliti.
3. Mengumpulkan literatur serta jurnal-jurnal pendukung yang akan membantu/ mendukung penelitian peneliti, melakukan modifikasi terhadap model penelitian, dan menyusun kerangka penelitian.
4. Membuat *draft* kuisisioner dengan menggunakan acuan dari jurnal utama dan beberapa jurnal pendukung lalu disesuaikan dengan bahasa yang tepat agar responden dapat lebih mudah memahami pertanyaan dan pernyataan sehingga peneliti dapat mendapatkan hasil yang relevan dengan tujuan penelitian.
5. Membagikan kuisisioner yang telah peneliti siapkan kepada responden secara *online* dengan menggunakan *media sosial* seperti Instagram, Line, WhatsApp yang dimiliki peneliti.
6. Setelah menyebarkan kuisisioner, peneliti melakukan uji *pre-test* dengan total

responden minimal 30 responden, lalu melakukan pengumpulan kuisioner dalam jumlah yang lebih besar.

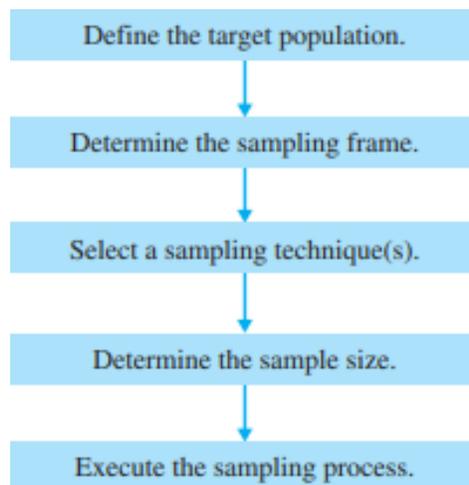
7. Hasil dari data *pre-test* kemudian akan dianalisis menggunakan *software IBM SPSS version 24*. Setelah hasil *pre-test* telah memenuhi syarat, dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu pengambilan data besar yang sudah ditentukan $n \times 5$ observasi sampai dengan $n \times 10$ (Hair *et al* , 2014). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data $n \times 5$. Terdapat 23 indikator atau *measurement* dalam penelitian ini, sehingga dalam penelitian ini peneliti membutuhkan seminimalnya sebanyak 115 responden.

8. Setelah data telah berhasil dikumpulkan dan melampaui nilai minimum responden, peneliti mengolah hasil data tersebut menggunakan *software Lisrel 8.8*.

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

Menurut (Maholtra, 2010) terdapat 5 tahapan dalam melakukan sebuah penelitian.

Berikut merupakan 5 tahapan tersebut yaitu,



Gambar 3. 13 *Sampling Design Process*

Sumber: Malhotra (2010)

3.4.1 *Target Population*

Menurut (Maholtra, 2010) dalam melakukan *sampling process* diawali dengan

penentuan target populasi yang akan dijadikan sebagai responden dalam penelitian, target populasi sendiri merupakan pengumpulan data yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan memiliki kesimpulan untuk membantu peneliti menentukan langkah yang harus dilakukan. Menurut (Maholtra, 2010) target populasi dibagi menjadi 4 aspek yaitu, *element*, *sampling unit*, *extent*, dan *time*.

Menurut (Maholtra, 2010) *element* adalah sebuah aspek objek yang memiliki informasi dicari oleh peneliti dan sesuai dengan kebutuhan oleh peneliti. Dalam penelitian ini *element* merupakan responden yang telah memberikan informasi serta sesuai dengan syarat responden yang dicari oleh peneliti.

Menurut (Maholtra, 2010)) *sampling unit* adalah sebagai aspek unit dasar yang memiliki unsur-unsur populasi yang dan dijadikan sebagai *sample* dari penelitian. Dalam penelitian ini *sampling unit* yang digunakan adalah laki-laki atau perempuan yang berumur dari 17 tahun keatas, mengetahui adanya fitur Bayarnanti Bukalapak, membaca informasi Bayarnanti Bukalapak, dan tidak menggunakan fitur Bayarnanti Bukalapak.

Menurut (Maholtra, 2010) aspek *extent* merupakan aspek yang mengacu pada batas wilayah geografis dari sebuah penelitian. Sehingga dalam penelitian ini *extent* berada di wilayah Jakarta, Tangerang, Bekasi, dan lainnya. Batasan tersebut dipilih peneliti agar membatasi cakupan penelitian tidak terlalu luas.

Menurut (Maholtra, 2010) dalam aspek *time*, aspek tersebut merupakan jangka waktu yang dibutuhkan peneliti dari mengumpulkan data hingga mengolah data. Dalam penelitian ini terhitung sejak bulan Mei 2020 hingga pertengahan Juni 2020.

3.4.2 *Sampling Frame*

Menurut (Maholtra, 2010) *sampling frame* adalah gambaran unsur dari target populasi

yang telah dipilih. *Sampling frame* berisikan daftar atau serangkaian arahan untuk menentukan target populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*, hal ini dikarenakan peneliti tidak memiliki data mengenai *sampling frame*.

3.4.3 *Sampling Techniques*

Menurut (Maholtra, 2010) *sampling techniques* terbagi menjadi dua tehnik, yaitu:

1. *Probability sampling*

Probability Sampling adalah sebuah prosedur pengambilan data dimana setiap elemen dari populasi memiliki kemungkinan peluang sama untuk dipilih menjadi *sample*.

2. *Non-probability sampling*

Non-probability sampling adalah sebuah prosedur pengambilan data yang dimana setiap elemen dari populasi tidak memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih menjadi *sample* penelitian.

(Maholtra, 2010) menjelaskan bahwa terdapat 4 tehnik *non-probability sampling* yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Convenience sampling*

Convenience sampling Merupakan tehnik pengambilan sampel *non-probability* dimana dalam pengambilan *sample* bergantung pada kenyamanan peneliti. Pemilihan responden dapat dilakukan pada saat itu dan di tempat itu juga tanpa ada pemilihan kriteria tertentu.

2. *Judgemental sampling*

Merupakan tehnik pengambilan sampel *non-probability* yang merupakan salah satu

bentuk dari *convenience sampling* yang dimana pemilihan elemen populasi yang dipilih berdasarkan penilaian kriteria dan pertimbangan pribadi peneliti.

3. *Quota sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel *non-probability* yang dijalankan dengan dua tahap, tahap pertama dijalankan dengan pengembangan kategori terkontrol atau kuota dari elemen populasi yang akan diteliti. Tahap kedua yaitu *elemen* yang telah dikumpulkan sebelumnya, kuota tersebut dipilih kembali berdasarkan teknik *convenience* ataupun *judgemental*.

4. *Snowball sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel *non-probability* dimana kelompok responden awal yang dipilih oleh peneliti secara acak, kemudian responden selanjutnya akan dipilih berdasarkan referensi yang diberikan oleh responden awal. Proses ini akan terus berlanjut hingga menciptakan efek *snowball*.

Berdasarkan uraian keempat macam teknik *non-probability sampling* yang telah dijelaskan di atas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*, *judgemental sampling*. Teknik tersebut dipilih dikarenakan peneliti saat melakukan penyebaran kuisioner peneliti menggunakan pertanyaan *screening* terlebih dahulu, sehingga hanya responden yang memenuhi kriteria yang akan digunakan oleh peneliti untuk melanjutkan proses pengolahan data.

3.4.4 *Sample Size*

Dalam penelitian ini penentuan *sample size* menggunakan teori yang dibuat oleh Hair *et al* (2014) yang dimana cara penentuan pengumpulan sampel disesuaikan dengan banyaknya jumlah indikator yang berada dalam pertanyaan kuisioner penelitian, dengan

mengasumsikan $n \times 5$

observasi sampai dengan $n \times 10$ observasi. Menurut Hair *et al* (2014) terdapat beberapa landasan untuk menentukan *sample size* dari sebuah penelitian, antara lain:

1. Sampel harus lebih banyak dari jumlah variabel.
2. Jumlah minimum sampel untuk diobservasi atau diteliti adalah $n=50$ observasi.
3. Jumlah minimal sampel untuk sebuah variabel adalah 5 observasi. Dalam penelitian ini terdapat 23 indikator, $23 \times 5 = 115$. Hal tersebut dapat diartikan minimum responden yang diperlukan sebanyak 115

3.4.5 Sampling Process

3.4.5.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

(Maholtra, 2010) mengatakan bahwa terdapat dua jenis data yang digunakan oleh peneliti untuk menjalankan sebuah penelitian, yaitu:

1. Primary data

Primary data adalah sebuah data atau informasi yang langsung berasal dari penelitian tertentu dan memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian tertentu dan biasanya memerlukan biaya yang relatif tinggi.

2. Secondary data

Merupakan data atau informasi yang dikumpulkan dari berbagai studi kasus yang memiliki tujuan untuk mendukung penelitian dan data atau informasi digunakan untuk menyelesaikan selain masalah penelitian, dalam jenis ini biaya yang dikeluarkan relatif rendah.

Dalam penelitian ini sumber utama data yang digunakan adalah *primary data* yang didapatkan peneliti dengan menggunakan hasil kuisioner yang disebarakan secara *online* oleh peneliti menggunakan tehnik *non-probability sampling*. Dalam pengumpulan data peneliti melakukan *pre-test* terlebih dahulu, yang bertujuan untuk mengetahui setiap *measurement* yang ada pada kuisioner yang telah dibuat bersifat *valid* dan *reliable*, setelah melakukan *pre-test* terhadap minimal 30 *sample* yang telah lolos dengan kriteria yang peneliti inginkan dan menghasilkan sifat *valid* dan *reliable* peneliti melanjutkan proses penyebaran kuisioner besar secara *online*. Selain menggunakan *primary data* peneliti juga menggunakan *secondary data* yang

diambil dari berbagai buku, jurnal, serta artikel-artikel berhubungan untuk memperkuat teori dan mendukung penelitian , serta mendukung penyelesaian skripsi ini.

3.4.5.2 Prosedur Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan *primary data*, peneliti melakukan secara *online*, hal tersebut dilakukan dikarenakan adanya kondisi pandemi dan kebijakan pemerintah yang mengharuskan untuk tetap di rumah. Dalam metode *online*, peneliti mengirimkan *link* kuisioner yang telah dibuat pada *Google Form*, lalu *link* tersebut disebarakan melalui *personal chat*, *group chat* atau *multi chat* (WhatsApp & Line) , serta media sosial seperti Instagram.

3.5 Periode Penelitian

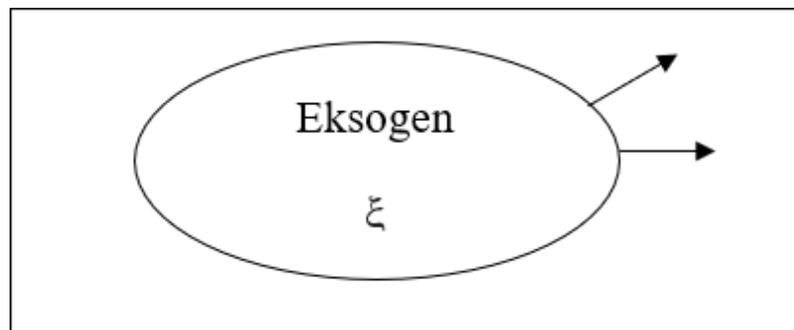
Penelitian ini dimulai sejak bulan Februari 2020 hingga Juni 2020, sehingga penelitian ini dilakukan kurang lebih sekitar 5 bulan. Penelitian ini dimulai dari penentuan topik dan objek penelitian terlebih dahulu kemudian dilanjutkan dengan membentuk latar belakang rumusan masalah penelitian, lalu dihubungkan dengan penelitian terdahulu dengan teori-teori yang bersangkutan yang berasal dari jurnal-jurnal yang didapatkan peneliti. Selanjutnya peneliti melakukan perancangan *draft* kuisioner penelitian untuk melakukan olah data *pre-*

test, lalu mengumpulkan data-data untuk dijadikan sebagai pendukung penelitian, serta menghitung semua *measurement* yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini *valid* dan *reliable*, kemudian peneliti melakukan penyebaran kuisisioner dan mengumpulkan data dari minimal 115 responden. Lalu dari data yang telah dikumpulkan peneliti melakukan olah data juga menganalisa hasil dari penelitian dan membuat kesimpulan dan saran penelitian.

3.6 Identifikasi Variasi Penelitian

3.6.1 Variabel Eksogen

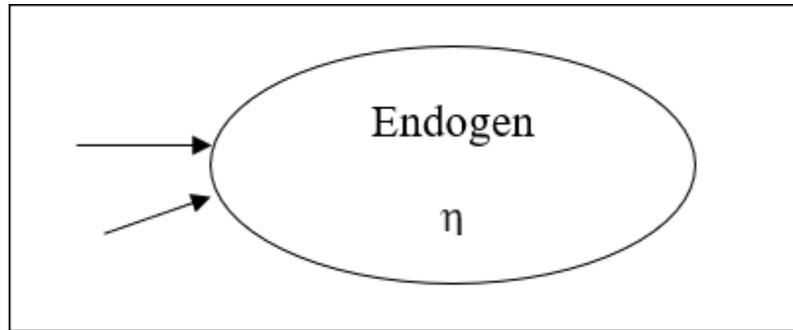
Hair *et al* (2014) berpendapat bahwa Variabel Eksogen merupakan variabel yang muncul sebagai variabel independen pada model, sehingga variabel eksogen tidak dipengaruhi dengan variabel lain. Dalam penelitian ini *Perceived Ease of Use*, *Perceived Credibility*, *The Amount Information of Mobile Credit Card*, *Perceived Expressiveness* merupakan variabel eksogen.



Gambar 3. 14 Variabel Eksogen

3.6.2 Variabel Endogen

Hair *et al* (2014) berpendapat bahwa dasarnya Variabel Endogen merupakan variabel terikat atau terhubung pada paling sedikit satu variabel dalam sebuah model. Dalam penelitian ini *Perceived Usefulness* dan *Usage Intention* merupakan variabel endogen.



Gambar 3. 15 Variabel Endogen

3.6.3 Variabel Teramati

Malhotra (2010) berpendapat bahwa variabel teramati atau *observed variabel* adalah sebuah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris atau dapat disebut dengan indikator. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survei dengan membagikan kuisioner yang mewakili variabel teramati atau indikator (*measurement*). Dalam penelitian ini terdapat 23 pertanyaan atau indikator pada kuisioner. Dengan begitu variabel teramati pada penelitian ini berjumlah 23 indikator.

3.7 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Measurement	Sumber Indikator	Scaling Technique
1	<i>Perceived Usefulness</i>	Perceived usefulness adalah sejauh mana orang percaya dalam menggunakan	<p>Menggunakan fitur bayarnanti Bukalapak akan meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan transaksi pembayaran di Bukalapak</p> <p>Menggunakan fitur bayarnanti Bukalapak akan meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi pembayaran di Bukalapak</p>	Hanudin Amin 2008	<i>Likert 1 sampai 5</i>

		sistem akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989)	Menggunakan fitur bayarnanti Bukalapak memudahkan saya untuk melakukan transaksi pembayaran di Bukalapak		
			Saya merasa fitur bayarnanti di Bukalapak berguna dalam transaksi pembayaran saya di Bukalapak		
2	<i>Perceived Ease of Use</i>	Perceived ease of use adalah sejauh mana orang percaya dalam menggunakan sebuah sistem akan terbebas dari sebuah usaha keras atau kesulitan (Davis, 1989)	Menurut saya fitur bayarnanti Bukalapak akan mudah untuk digunakan	Laura Goeke, 2010	<i>Likert 1 sampai 5</i>
			Menurut saya proses pembayaran fitur bayarnanti Bukalapak akan mudah saya pelajari.		
			Menurut saya proses pembayaran pada fitur bayarnanti Bukalapak akan cepat.		

			Menurut saya registrasi untuk prosedur fitur bayarnanti Bukalapak akan mudah		
3	<i>Perceived Credibility</i>	Perceived Credibility adalah konsumen percaya bahwa datanya dirahasiaka (Pousttchi, 2003)	Menurut saya prosedur pembayaran pada fitur bayarnanti di Bukalapak menggunakan teknik enkripsi data terakreditasi.	Dietmar G. Wiedemann& Key Pousttchi ,2007	Likert 1 sampai 5
			Menurut saya transfer data pembayaran akan dienkripsi.		
			Menurut saya penanganan data pribadi saya di fitur bayaranti BukaLapak akan rahasia.		
			Menurut saya data pembayaran akan diamankan dari akses tidak sah.		
4	<i>The Amount of Information about Mobile Credit Card</i>	The Amount of Information about mobile credit card adalaah konsumen menggunakan sebuah prodak saat menerima informasi yang jelas mengenai prodak tersebut (Sathye, 1999)	saya secara umum telah menerima informasi yang cukup tentang fitur bayarnanti Bukalapak	Hanudin Amin 2008	Likert 1 sampai 5
			saya menerima informasi yang cukup tentang manfaat fitur Bayarnanti Bukalapak		
			saya memperoleh informasi tentang fitur bayarnanti Bukalapak melalui Bukalapak		
5	<i>Perceived Expressiveness</i>	Perceived expressiveness adalah motivasi seseorang dalam melakukan sesuatu hal tanpa adanya unsur paksaan	Menurut saya, menggunakan fitur bayarnanti Bukalapak akan menyenangkan	Pikkarainen 2004	Likert 1 sampai 5
			Menurut saya, saya akan merasa nyaman saat menggunakan fitur bayarnanti Bukalapak		
			Menurut saya, saya akan merasa mengasyikan		

			saat menggunakan fitur bayarnanti		
			Menurut saya, penggunaan fitur bayarnanti bukalapak adalah keputusan yang bijaksana		
6	<i>Usage Intention</i>	Usage intention adalah sejauh mana seseorang untuk berniat akan menggunakan suatu teknologi di masa depan (Davis, 1989)	Saat ada kesempatan, saya akan menggunakan layanan fitur Bayarnanti Bukalapak ketika berbelanja di Bukalapak	Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010)	Likert 1 sampai 5
			Saya mungkin akan menggunakan fitur Bayarnanti Bukalapak dalam jangka waktu dekat ketika berbelanja di Bukalapak		
			Saya bersedia untuk menggunakan fitur Bayarnanti Bukalapak dalam jangka waktu dekat ketika berbelanja di Bukalapak		
			Saya berniat untuk menggunakan fitur Bayarnanti Bukalapak dalam jangka waktu dekat ketika berbelanja di Bukalapak		

Tabel 3. 1Tabel Operasional

3.8 Teknik Analisis

3.8.1 Uji Instrumen

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan wmenyebarkan kuisioner secara *online*, sehingga kuisioner dijadikan sebagai alat ukur utama dalam penelitian ini. Maka dari itu diperlukan sebuah alat ukur yang dapat mengukur secara akurat, dapat diandalkan, serta konsisten. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini diperlukan uji validitas serta uji reliabilitas terhadap setiap *measurement* atau indikator dalam kuisioner penelitian.

3.8.1.1 Uji Pre Test

Menurut Malhotra (2010) *pretesting* adalah sebuah pengujian yang dilakukan terhadap kuisisioner untuk menemukan dan juga menghilangkan potensi masalah yang dapat terjadi. Pengujian kuisisioner ini dilakukan dengan melibatkan sampel responden yang kecil dan biasanya ukuran sampel mulai dari 15 sampai dengan 30 orang responden. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan 36 responden untuk diuji dengan menyebarkan kuisisioner secara *online* dimana data hasil kuisisioner tersebut diolah dengan menggunakan *software* SPSS versi 24. Setelah data yang sesuai dengan kriteria peneliti sudah tercapai maka tahapan selanjutnya adalah mengolah data tersebut menggunakan *software* SPSS versi 24 untuk menguji apakah data tersebut valid dan juga *reliable* sehingga data dapat diandalkan dan konsisten.

3.8.1.2 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2010) menyatakan bahwa *construct validity* merupakan tipe validitas yang membahas mengenai pertanyaan dengan menggunakan skala ukuran. Malhotra (2010) juga menilai penting dalam sebuah penelitian untuk mengetahui valid tidaknya suatu indikator sehingga mewajibkan dilakukan uji validitas dalam suatu penelitian. Suatu indikator akan dianggap valid jika pertanyaan atau *measurement* pada kuisisioner dapat mengungkapkan suatu data atau informasi. Dapat diartikan semakin tinggi hasil validitas menunjukkan semakin validnya indikator didalam sebuah penelitian. Sehingga validitas dapat mengukur pernyataan dalam kuisisioner yang sudah dibuat benar atau tidaknya yang akan diukur. Dalam penelitian ini, Uji validitas dilakukan menggunakan uji *factor analysis*. Berikut merupakan syarat-syarat dalam melakukan uji *factor analysis* yang terdapat pada tabel 3.2 dibawah.

No	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
1	Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy	Nilai KMO ≥ 0.5 Mengidentifikasi bahwa analisis faktor telah memadai dalam hal jumlah sampel, Sedangkan nilai KMO < 0.5 Mengidentifikasi bahwa analisis faktor tidak memadai dalam hal jumlah sampel (Malhotra, 2010).
2	Barlett's Test of Sphericity Adalah uji statistik yang digunakan guna menguji hipotesis bahwa variabel-variabel tidak berkorelasi pada populasi. Sehingga dengan kata lain mengidentifikasikan bahwa matriks identitas, yang mengidentifikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor bersifat related ($r=1$) atau unrelated ($r=0$)	Jika hasil menunjukkan ≤ 0.05 maka menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan (Malhotra, 2010).
3	Anti Image Matrices Digunakan untuk memprediksi apakah suatu variabel memiliki kesalahan terhadap variabel lain.	Memperlihatkan nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA) pada diagonal anti image correlation. Nilai MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1 dengan kriteria sebagai berikut: <ul style="list-style-type: none"> • Nilai MSA = 1, menunjukkan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.

		<ul style="list-style-type: none"> • Nilai MSA = 1, menunjukkan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain. • Nilai MSA ≤ 0.5, menunjukkan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut, dan perlu pengulangan perhitungan analisis faktor dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai MSA ≤ 0.5 (Malhotra, 2010).
4	<p>Factor loading of Component Matrix</p> <p>Menunjukkan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Dengan tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruksi setiap variabel.</p>	<p>Suatu indikator dapat dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki nilai factor loading diatas 0.5 (Malhotra, 2010).</p>

Tabel 3. 2Tabel Syarat Uji Validitas

Sumber : Malhotra (2010)

3.8.1.3 Uji Reliabilitas

Malhotra (2010) mengatakan bahwa penelitian dapat diketahui tingkat keandalannya melalui proses uji reliabilitas. Suatu tingkat keandalan dapat dilihat dari konsistensi dan stabilitas jawaban responden terhadap suatu pernyataan dalam kuisioner. Malhotra (2010) menjelaskan *cronbach's alpha* merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antar jawaban pernyataan variabel yang dinilai *reliable* jika *cronbach's alpha* memiliki nilai ≥ 0.6 .

3.8.2 *Structural Equation Model (SEM)*

Dalam penelitian ini, data akan diolah menggunakan metode *structural equation model (SEM)*. *Structural Equation Model (SEM)* merupakan prosedur untuk memperkirakan hubungan ketergantungan yang digambarkan melalui beberapa pengukuran variabel ke dalam suatu model penelitian yang terintegrasi (Malhotra, 2010). Menurut Hair *et al.*, (2014), SEM adalah sebuah tehnik *statistic multivariate* yang menjelaskan mengenai hubungan antara beberapa variabel. SEM meneliti struktur hubungan timbal balik yang berada didalam serangkaian persamaan regresi berganda, persamaan ini mendeskripsikan semua hubungan variabel *dependent* dan *independent* (Hair *et al.*, 2014). Dari segi metodologi, SEM memiliki beberapa peran, yakni sebagai sistem persamaan simultan, analisis kausal linear, analisis lintasan (*path analysis*), *analysis of covariance structure*, dan model persamaan struktural (Hair *et al.*, 2014).

Analisa hasil penelitian menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)*. *Software* yang digunakan adalah *Lisrel* versi 8.8 untuk melakukan pengolahan data uji validitas, realibilitas, dan uji hipotesis penelitian.

Hair *et al.*, (2014) berpendapat bahwa struktural model (*structural model*), disebut juga *latent variable relationship*. Berikut merupakan persamaan umumnya dibawah ini:

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

Confirmatory factor analysis (CFA) sebagai model pengukuran (*measurement model*) terdiri dari dua jenis pengukuran, yaitu:

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

Persamaan umumnya adalah:

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

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi bahwa:

1. ζ tidak berkorelasi dengan ξ .
2. ε tidak berkorelasi dengan η .
3. δ tidak berkorelasi dengan ξ .
4. ζ , ε , dan δ tidak saling berkorelasi (*mutually correlated*).
5. $\gamma - \beta$ bersifat nonsingular.

Dimana notasi-notasi diatas memiliki arti sebagai berikut:

y = vektor variabel endogen yang dapat diamati.

x = vektor variabel eksogen yang dapat diamati.

η (eta) = vektor random dari variabel laten endogen.

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

ε (epsilon) = vektor kekeliruan pengukuran dalam y .

δ (delta) = vektor kekeliruan pengukuran dalam x .

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

λ_x (lambda x) = matrik koefisien regresi y atas ζ .

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

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

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

Analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien yang diestimasi. Menurut Hair *et al.*, (2014), terdapat tujuh tahapan prosedur pembentukan dan analisis SEM, yaitu:

1. Membuat sebuah model teori sebagai dasar model SEM yang memiliki justifikasi yang kuat. Merupakan suatu model kausal atau sebab akibat (TRA) yang menyatakan hubungan antar dimensi atau variabel.
2. Membangun *path diagram* dari hubungan kausal yang dibentuk berdasarkan teori. *Path diagram* tersebut memudahkan peneliti melihat hubungan-hubungan variabel yang diuji.
3. Membagi *path diagram* tersebut menjadi satu set model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*struktural model*).
4. Pemilihan matriks data input dan mengestimasi model yang diajukan. SEM hanya menggunakan matriks varian atau kovarian atau matriks 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* merupakan salah satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
- b. Program tersebut mampu memberikan hasil matriks informasi yang akan digunakan.
- c. Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya *error varian* yang negatif.

d.Muncul korelasi yang sangat tinggi antar korelasi estimasi yang didapat (misalnya lebih dari 0.9).

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

a.Ukuran sampel minimal 100-150 dan dengan perbandingan 5 observasi untuk setiap parameter *estimate*.

b.Normalitas dan linearitas.

c.*Outliners*.

d.*Multicolinierity* dan *singularity*.

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

3.8.2.1 Model Pengukuran

Jika model pengukuran telah ditentukan dengan baik, menggunakan model SEM bertujuan untuk mengukur hubungan antar variabel dan juga hipotesis yang telah diukur dari beberapa tolak ukur. Hasil dari pengukuran tersebut akan dapat digunakan oleh peneliti untuk membandingkan teori yang sudah ada dan teruji dengan realitas atau keadaan sesungguhnya saat ini yang diwakili oleh data *sample* yang didapat. Berdasarkan hal tersebut peneliti dapat melihat kecocokan antara teori dengan data sesungguhnya (Hair *et al.*, 2014).

3.8.2.1.1 Evaluasi terhadap Validitas (*Validity*)

Hair *et al.* (2014) berpendapat bahwa *construct validity* dapat diartikan sebagai item tolak ukur yang mencerminkan *theoretical latent construct* dari item yang dirancang untuk mengukur setiap variabel. Suatu variabel dinilai *valid* terhadap variabel *latent* jika memenuhi syarat seperti dibawah ini (Hair *et al.*, 2014).

- a. Nilai *t-value* pada *factor loading* lebih besar dari nilai kritis (*t-value* ≥ 1.96).
- b. *Standardized factor loading* atau muatan standar faktor ≥ 0.5 .

3.8.2.1.2 Evaluasi terhadap Realibilitas (*Reliability*)

Hair *et al.* (2014) menilai bahwa *construct reliability* digunakan bersamaan dengan model pengukuran SEM. *Construct reliability* merupakan sebuah sistem untuk mengolah *factor loading* dari setiap konstruksi dan menyimpulkan *error variance* dalam sebuah konstruksi. Suatu variabel dinilai mempunyai reabilitas yang baik jika memenuhi syarat seperti dibawah ini (Hair *et al.*, 2014). Dilengkapi dengan pandangan oleh (Malhotra, 2010) tentang *average extracted* (AVE) merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai validitas konvergen dan diskrimian yang didefinisikan sebagai varians dalam indikator atau variabel diamati yang dijelaskan oleh konstruksi laten.

- a. Nilai *construct reliability* (CR) ≥ 0.7
- b. Nilai *variance extracted* (AVE) ≥ 0.5

Selain itu, Hair *et al.* (2014) juga berpendapat bahwa untuk mengukur *construct reliability* dapat digunakan rumus dibawah ini.

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

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

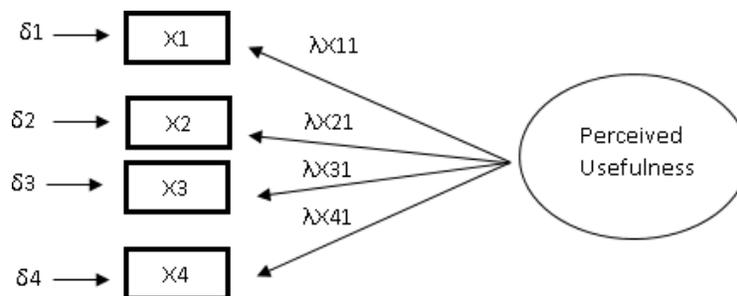
Menurut (Hair *et al.*, 2014) *rule of thumb* untuk nilai *construct reliability* (CR) harus ≥ 0.7 dan nilai *variance extracted* (VE) ≥ 0.5 .

Dalam penelitian ini terdapat 6 model pengukuran dengan berdasarkan variabel yang diukur, pada tahap ini dilakukan analisis validitas model pengukuran dengan memeriksa *t-value* dari *standardized loading factor* (λ) dari variabel-variabel teramati pada model ≥ 1.96 (Hair *et al.*, 2010). Selain itu juga peneliti melakukan pemeriksaan terhadap *standardized loading factor* (λ), apakah telah memenuhi standar yang ditentukan yaitu harus $\geq 0,50$. Pada penelitian ini terdapat 6 model pengukuran berdasarkan variabel yang diukur, antara lain

1. *Perceived Usefulness*

Pada penelitian ini model terdiri dari 4 pernyataan yang merupakan *first*

Order confirmatory factor analysis (1 CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Usefulness*. Variabel laten ζ_1 mewakili *Perceived Usefulness* dan memiliki 4 indikator pernyataan

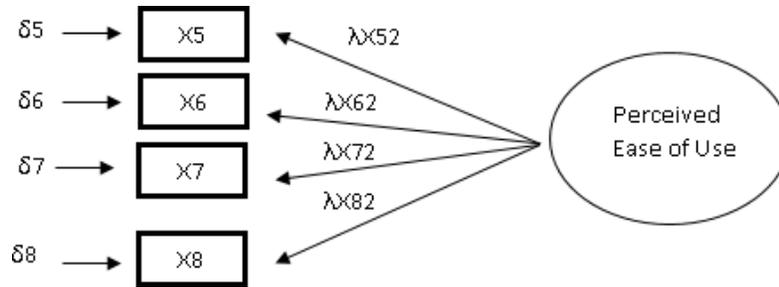


Gambar 3. 16 Model Pengukuran *Perceived Usefulness*

2. *Perceived Ease of Use*

Pada penelitian ini model terdiri dari t4 pernyataan yang merupakan *first*

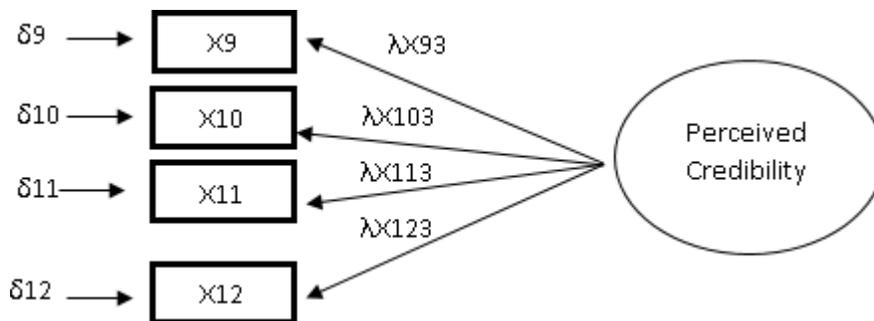
Order confirmatory factor analysis (1 CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Ease of Use*. Variabel laten ζ_1 mewakili *Perceived Ease of Use* dan memiliki 4 indikator pernyataan



Gambar 3. 17Model Pengukuran Perceived Ease of Use

3. Perceived Credibility

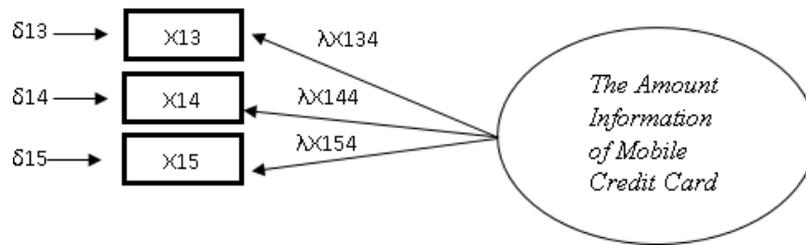
Pada penelitian ini model terdiri dari 4 pernyataan yang merupakan *first Orfer confirmatory factor analysis* (1 CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Credibility*. Variabel laten ζ_1 mewakili *Perceived Credibility* dan memiliki 4 indikator pernyataan.



Gambar 3. 18Model Pengukuran Perceived Credibility

4. The Amount Information of Mobile Credit Card

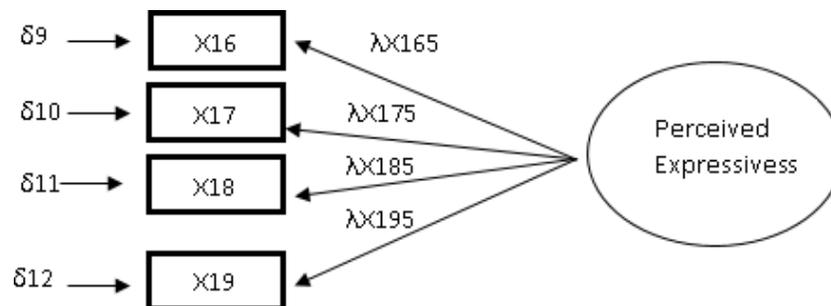
Pada penelitian ini model terdiri dari 3 pernyataan yang merupakan *first Orfer confirmatory factor analysis* (1 CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *The Amount Information of Mobile Credit Card*. Variabel laten ζ_1 mewakili *The Amount Information of Mobile Credit Card* dan memiliki 3 indikator pernyataan.



Gambar 3. 19 Model Pengukuran The Amount Information of Mobile Credit Card

5. *Perceived Expressiveness*

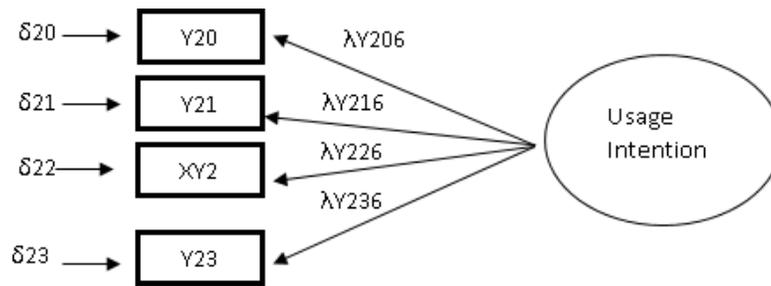
Pada penelitian ini model terdiri dari 4 pernyataan yang merupakan *first Order confirmatory factor analysis* (1 CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Expressiveness*. Variabel laten ζ_1 mewakili *Perceived Expressiveness* dan memiliki 4 indikator pernyataan.



Gambar 3. 20 Model Pengukuran *Perceived Expressiveness*

6. *Usage Intention*

Pada penelitian ini model terdiri dari 4 pernyataan yang merupakan *first Order confirmatory factor analysis* (1 CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Usage Intention*. Variabel laten ζ_1 mewakili *Usage Intention* dan memiliki 4 indikator pernyataan.



Gambar 3. 21 Model Pengukuran Usage Intention

3.8.2.2 Uji Kecocokan Keseluruhan Model

Menurut (Hair *et al.*, 201) *Goodness of fit (GOF)* dapat mengukur seberapa baiknya model yang didapatkan dan mengolah matriks kovarian melalui *item* yang beradap pada indikator. (Hair *et al.*, 2014) mengelompokan GOF menjadi tiga bagian yaitu *absolte fit measures*, *incremental fit measure*, dan *parsimonious fit measures*. *Absolute fit measure* digunakan untuk mengukur secara langsung seberapa baik model yang digunakan oleh peneliti untuk menghasilkan data penelitian. *Incremental fit measure* digunakan untuk membanding kan model yang diusulkan dengan model dasar yang disebut dengan *null model* atau *independence model*. *Parsimonious fit measure* dipakai untuk mengukur kesederhanaan model. Hal yang perlu diperhatikan dalam uji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan, secara lebih lengkap akan ditunjukkan pada ringkasan tabel 3.3 dibawah ini.

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

Tabel 3. 3Tabel Goodness of Fits

Sumber: (Hair et al., 2014)

3.8.2.3 Model Struktural

3.8.2.3.1 Analisis Hubungan Kausal

Uji hipotesis adalah salah satu dari sebuah prosedur berdasarkan bukti sampel dan teori probabilitas untuk menentukan apakah hipotesis yang digunakan adalah pernyataan yang masuk akal (Lind, 2012). Menurut (Lind, 2012) dalam melakukan uji hipotesis terdapat 5 tahapan:

1. Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1) (*State Null and Alternative Hypothesis*) Langkah pertama adalah menyatakan hipotesis nol atau H_0 , yang dimana “H” merupakan singkatan dari hipotesis dan angka 0 yang berarti “no difference”. *Null Hypothesis* atau H_0 adalah sebuah pernyataan tentang nilai parameter sebuah populasi yang dikembangkan yang bertujuan pengujian. H_0 dinyatakan ditolak saat data sampel dapat memberikan bukti yang menyakinkan bahwa itu pernyataan tersebut salah. Sedangkan pernyataan hipotesis alternatif (*alternative hypothesis*) atau H_1 , jika H_1 diterima jika data sampel memberikan bukti yang cukup bahwa hipotesis nol merupakan pernyataan yang salah.

2. Pilih Tingkat Signifikansi (*Select a Level of Significance*)

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

- a. Type I error (α)

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

- b. Type II error (β)
Tipe error terjadi ketika hasil sampel tidak menunjukkan penolakan H_0 .
3. Pilih Statistik Uji (*Select The Test Statistic*)

Tes statistik merupakan sebuah nilai yang menentukan dari informasi sampel dan digunakan untuk menentukan apakah hipotesis nol akan ditolak. dalam menentukan *t-value* diterima atau ditolak berdasarkan hasil dari perhitungan, apabila hasil *t-value* lebih besar sama dengan nilai *critical* maka H_0 ditolak. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan acuan nilai *critical* atau *t-table* ≥ 165 Menurut (Lind, 2012), penelitian yang berhubungan dengan *Risk appraisal and coping appraisal*, akan menggunakan tingkat toleransi(α) sebesar 0.05. dari hal itu, peneliti menggunakan tabel t distribusi *one tail* dan melihat hasil *degree of freedom* dari hasil *output* lisrel, dan akan menemukan hasil angka 1.65.
4. Merumuskan Aturan Keputusan (*Formulate The Decision Rule*)

Decision rule atau aturan keputusan adalah pernyataan dari kondisi khusus dimana H_0 ditolak. Daerah atau area penolakan memberikan arti bahwa semua lokasi yang nilainya sangat besar atau sangat kecil sehingga probabilitas yang muncul dibawah H_0 . Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kepercayaan 95%.
5. Membuat keputusan (*Make Decision*)

Tahap terakhir dalam pengujian hipotesis adalah menghitung uji statistik. Pada tahap ini akan membandingkannya dengan nilai kritis dan membuat keputusan apakah akan menolak atau tidak menolak H_0 . Pada penelitian ini, peneliti akan membandingkan nilai *t-value* hasil *output software* LISREL versi 8.8 dengan nilai kritis 1.65.