



# 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

Untuk melakukan analisis dan pengumpulan data, penulis melakukan penelitian pada beberapa responden penelitian dengan objek penelitian aplikasi media sosial yaitu *Path*.

Path didirikan pada awal Februari 2010 oleh Dave Morin, Shawn Fanning, dan Dustin Mierau di San Fransisco, USA (techno.okezone.com, 2013). Awalnya, untuk mendirikan Path dilakukan penggalangan dana dan berhasil mengumpulkan beberapa penyumbang di antaranya Ron Conway, Paul Buchheit, Ashton Kutcher, dll dengan jumlah sebesar \$8.5 juta untuk modal dasar yang berasal dari Kleiner Perkins Caufield & Byers dan Index Ventures serta Digital Garage dari Jepang (id.wikipedia.org). Path mempunyai visi yaitu "membuat sebuah jejaring dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyamman untuk berkontribusi setiap waktu".

Path memiliki 4 juta pengguna aktif di Indonesia dari 20 juta pengguna aktif seluruh dunia. Pengguna harus memiliki akun terlebih dahulu untuk menggunakan media sosial ini seperti halnya pada Facebook, Twitter, Instagram, dll. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil probadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, membagikan momen, bertukar pesan, dll. Awalnya aplikasi media sosial Path ini hanya tersedia untuk perangkan iOS seperti iPhone dan iPad tapi kemudian Path merilis aplikasi untuk Android sehingga pengguna Android juga memiliki kesempatan menggunakan Path.

# Capture thoughts, photos, music and more



Gambar 3.1 Tampilan Antarmuka Media Sosial *Path 1* (Sumber: nowtes.com, 2015)

Fitur-fitur Path yaitu.

#### a) Profil

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengatur tampilan halaman mereka sendiri. Selain dapat mengubah *profil picture*, pengguna juga dapat mengubah gambar *cover* atau latar belakang. Pengguna juga dapat menyambungkan setiap moment yang diunggah ke dalam beberapa jejaring sosial lainnya seperti *Facebook, Twitter, Tumblr*, dan *Foursquare*.

#### b) Belanja

Fitur belanja dapat digunakan ketika pengguna ingin mengunduh stiker yang digunakan dalam mengirim pesan atau melakukan komentar. Selain stiker, fitur belanja juga digunakan ketika pengguna ingin melakukan *edit* foto dengan filter yang berbayar.

#### c) Foto dan Video

Dengan menggunakan fitur ini, pengguna dapat mengunggah foto dan video untuk berbagi moment dengan pengguna *Path* yang lain. Proses pengunggahan foto dapat melalui proses *edit* dengan filter yang tersedia. Untuk unggahan video, pengguna dapat mengunggah video yang ada dengan batas waktu tertentu.

#### d) Lokasi

Path memungkinkan pengguna untuk membagikan lokasi berada dengan pengguna lain. Fitur ini dapat tersambung dengan jejaring sosial Foursqure apabila pengguna memiliki aki di jejaring sosial tersebut. Penandaan lokasi dilakukan dengan GPS yang terdapat di dalam ponsel pengguna.

#### e) Musik, Film, Buku

Pengguna *Path* dapat membagikan musik yang sedang mereka dengar, film yang sedang ditonton, atau buku yang sedang dibaca kepada pengguna lainnya. Pengguna terlebih dahulu mencari judul dari lagu, film, dan buku yang diinginkan dan kemudian dipilih untuk dibagikan dengan pengguna lain.

#### f) Status

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah status yang diinginkan dengan menggunakan huruf serta emoticon yang ada.

#### g) Tidur

Fitur ini menandakan bahwa si pengguna *Path* sedang tidur dan dapat menghitung jangka waktu dari saat tombol tidur ditekan sampai tombol bangun ditekan dan pada saat yang sama pengguna tidak dapat mengakses halaman *Path*.

#### h) Chating

Fitur ini merupakan salah satu fitur terbaru *Path* di mana pengguna dapat mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna lain dengan menggunakan *Path Talk*. Pesan pribadi ini dapat berupa tulisan maupun stiker yang didapatkan dari fitur belanja.

#### i) Komentar

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memposting komentar pada setiap moment dari pengguna lain yang telah menjadi teman. Fitur komentar dapat digunakan untuk setiap jenis moment yang ada seperti foto, status, musik, dll.

#### i) Emoticon

Fitur *emotican* memungkinkan pengguna untuk menyatakan emosi atau perasaan pengguna sebagai ungkapan dari setiap moment yang diunggah dari pengguna lain. Emosi yang dapat dipilih adalah "*smile*", "*frowned*", "*gasped*", "*laugh*", dan "*love*". Setiap *emoticon* yang dipilih oleh pengguna lain akan terlihat pada moment tersebut.

# Emotions – more than just a like button



Gambar 3.2 Tampilan Antarmuka Home Media Sosial *Path2* (Sumber: nowtes.com, 2015)

# k) Viewers

Fitur ini memberikan pengguna informasi atas berapa banya dan siapa saja pengguna lain yang telah melihat moment yang diunggah oleh pemilik akun. Setiap pengguna yang telah melihat moment yang diunggah akan terlihat di bagian kanan atas dari moment tersebut dan dapat diakses oleh setiap pengguna.

#### 3.2. Metode Penelitian

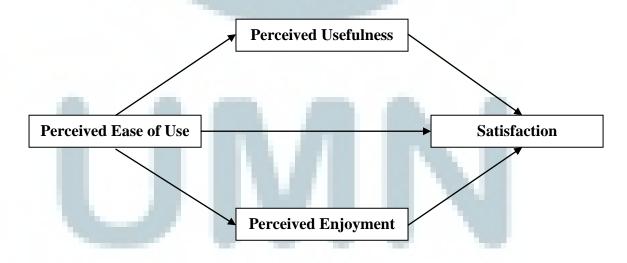
Metode penelitian merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk dapat menjawab masalah yang telah dirumuskan dan harus selaras dengan metodologi yang dipilih. Penentuan metodologi penelitian dipengaruhi oleh tiga hal yang mendasar yaitu asumsi dasar yang melatarbelakangi penelitian itu sendiri, *research question*, dan tujuan penelitian.

Penelitian ini akan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*Technology Acceptance Model (TAM) yang banyak digunakan untuk menguji tingkat penerimaan masyarakat terhadap suatu bentuk teknologi informasi. Pada penelitian ini, TAM digunakan untuk menguji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan aplikasi media sosial *Path* di Indonesia khususnya di pulau Jawa. Pengolahan data lebih lanjut dilakukan dengan menggunakan metode Structural Equation Model (SEM).

Pemilihan model dilakukan dengan cara membandingkan model yang telah ada sebelumnya. Model yang terpiih untuk digunakan sebagai model hipotesis pada penelitian ini adalah model penelitian yang digunakan di , yaitu dikembangkan oleh Ariff, Mohd Shoki Md., Shan, Tay K., Zakuan, N., Ishak, N., dan Wahi, Mohd. R. pada tahun 2004. Model yang digunakan pada penelitian ini diadopsi dari model penelitian *E-Satisfaction in the Usage of Social Networking Sites; Contribution from Utulitarian and Hedonic Information System* di Malaysia. Tujuan model ini untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari kemudahan pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam kemanfaatan penggunaan teknologi informasi. Model ini secara lebih jelas

menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Selain itu, penerimaan penggunaan teknologi informasi dapat dijelaskan dengan persepsi pengguna terhadap sikap kesenangannya (*enjoyment*) menggunakan teknologi informasi dan rasa puas (*satisfaction*) pengguna terhadap teknologi informasi yang ia gunakan.

Penelitian ini hanya mengangkat 4 (empat) konstruk yang telah digunakan dalam penelitian sebelumnya. Empat konstruk ini dianggap sangat mempengaruhi sikap penerimaan penggunaan teknologi informasi sehingga peneliti mengangkat kembali keempat konstruk ini. Banyak penelitian-penelitian lainnya menggunakan empat konstruk tersebut dan berhasil meneliti tentang sosial media menggunakan TAM. Konstruk lain seperti *Behavioral Intention to Use* dan *Attitude Toward Using* tidak dimasukkan ke dalam model penelitian karena dianggap kurang mempengaruhi secara signifikan..



Gambar 3.3 Model Penelitian (Sumber : Shan, Tay Kai et al., 2014)

#### 3.3. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan konsep variabel laten dan variabel teramati (observed variable) atau variabel terukur (measured variable, disingkat MV). Variabel laten merupakan konsep abstrak yang tidak dapat diamati secara langsung dan tidak sempurna melalui efeknya pada variabel teramati. Variabel teramati merupakan variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut sebagai indikator. Variabel teramati merupakan efek atau ukuran dari variabel laten. Selain kedua variabel itu, penelitian ini juga menggunakan variabel demografis yang berguna menjadi pelengkap informasi yang disajikan dalam penelitian ini.

Variabel laten yang diangkat dalam penelitian ini terbagi dua yaitu

- a. Variabel Eksogen (Variabel Bebas)
  - l) Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $Perceived\ Ease\ of\ Use$ ) ( $\xi_1$ )  $Perceived\ ease\ of\ use\ didefinisikan\ sebagai\ sejauh\ mana\ seseorang$ percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya. Definisi tersebut menggambarkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu tingkatan di mana seseorang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami.
- b. Variabel Endogen (Variabel Terikat)
  - 1) Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)  $(\eta_1)$

Perceived usefulness didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kegunaan merupakan suwau kepercayaan tentang proses

pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

# 2) Persepsi Kesenangan (*Perceived Enjoyment*) $(\eta_2)$

Dalam penelitian ini, model penelitian diadopsi dari Tay Kai Shan (2014) yang dikembangkan dari beberapa penelitian sebelumnya dan menambahkan *external variables* yaitu *perceived enjoyment* di mana variabel tersebut memprediksi tingkat kenyamanan yang dirasakan pengguna selama menggunakan sistem teknologi informasi.

# 3) Kepuasan (Satisfaction) ( $\eta_3$ )

Menurut penelitian Shan (2014), para pengguna merasa puas dengan aplikasi media sosial ketika mereka merasa mudah menggunakan media sosial tersebut dan aplikasi tersebut berguna untuk mereka.

Variabel teramati merupakan efek atau ukuran dari variabel laten dan sering disebut sebagai indikator.

Variabel Demografis dalam penelitian ini mendeskripsikan demografis pengguna media sosial *Path*. Variabel ini berguna menjadi pelengkap informasi yang disajikan dalam penelitian ini. Variabel demografis mencakup informasi responden seperti, jenis kelamin, usia, lama penggunaan facebook dalam satu hari, dan media sosial lain yang digunakan.

**Tabel 3.1 Variabe Indikator Penelitian** 

Konsep	Variabel Indikator	Terjemahan	Skala	Sumber
Perceived Ease of Use	I find it easy to learn how to use <i>Path</i>	Saya merasa mudah untuk belajar bagaimana menggunakan <i>Path</i> .	Likert 1-5	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	I find it easy to get <i>Path</i> to do what I want it to do	Saya merasa cukup mudah untuk melakukan keinginan saya di <i>Path</i>		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	My interaction with <i>Path</i> is clear and understandable.	Fungsi-fungsi dalam Path cukup jelas dan mudah dipahami, contohnya fungsi upload gambar		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	I find <i>Path</i> to be flexible to interact with.	Fungsi-fungsi dalam <i>Path</i> cukup fleksibel misalnya saya bisa memberi komen lewat beberapa screen yang berbeda		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	It is easy to remember how to use <i>Path</i> .	Saya mudah mengingat bagaimana cara menggunakan <i>Path</i> .		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	Overall, I find <i>Path</i> to be ease to use.	Secara keseluruhan, saya merasa <i>Path</i> mudah digunakan.		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	I find the function of <i>Path</i> to be useful for me.	Saya merasa fungsi/fitur <i>Path</i> dapat berguna untuk saya.	Likert	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
Percived Usefulness	I find <i>Path</i> to be a useful site for communication.	Saya merasa <i>Path</i> menjadi aplikasi yang berguna untuk berkomunikasi.		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	I find using <i>Path</i> contributes to interaction with other people.	Saya merasa mengggunakan <i>Path</i> dapat memudahkan saya untuk berinteraksi dengan	1-5	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	I find using <i>Path</i> enables me to access a lot of	orang lain.  Saya merasa dengan menggunakan <i>Path</i>		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)

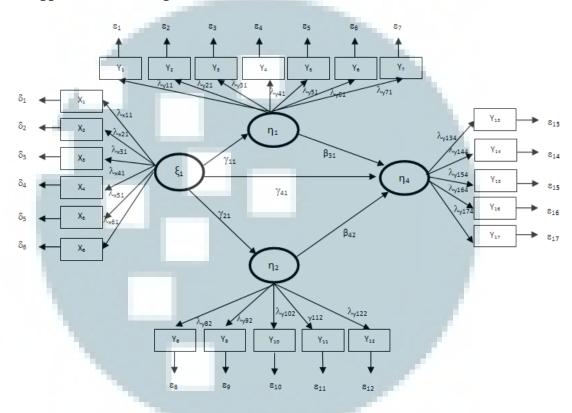
	information	memungkinkan saya untuk mengakses banyak informasi		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	Path are an effective tool	Path adalah aplikasi yang sangat efektif		Modifikasi dari Ernest et al. (2013) (Penelitian Sebelumnya)
	I find using <i>Path</i> improves the efficiency in sharing information with others.	Saya merasa dengan menggunakan <i>Path</i> dapat meningkatkan efisiensi dalam berbagi informasi dengan orang lain.	$\overline{}$	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	Overall, I find <i>Path</i> to be usefull.	Secara keseluruhan, saya merasa <i>Path</i> sangat berguna.		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	I find using <i>Path</i> to be interisting.	Saya merasa menggunakan <i>Path</i> menjadi hal yang cukup menarik bagi saya.		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
1	I find using <i>Path</i> to be enjoyable	Saya merasa menggunakan <i>Path</i> sangat menyenangkan.	ý	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
Perceived Enjoyment	I find using <i>Path</i> is a good way to spend my leisure time	Saya merasa menggunakan <i>Path</i> adalah cara yang baik untuk menghabiskan waktu luang saya.	Likert 1-5	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	A variety of moment in <i>Path</i> arouse my curiosity	Berbagi moment di <i>Path</i> membangkitkan rasa ingin tahu saya.		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	The process of using <i>Path</i> is pleasant.	Proses menggunakan Path cukup nyaman	V.	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian
- 10	I am happy with Path	Saya senang dengan Path	7	Sebelumnya)
Satisfaction	I am satisfied with the services provided by <i>Path</i>	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh <i>Path</i>	Likert 1-5	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	I am satisfied with my decision to sign up a <i>Path</i>	Saya merasa puas dengan keputusan saya untuk		Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004)

	account	mendaftar akun Path	(Penelitian Sebelumnya)
	My choice to sign up a Path account was a wise one	Pilihan saya untuk mendaftar akun <i>Path</i> adalah keputusan yang tepat.	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)
	I think I did the right thing by signing up to <i>Path</i>	Saya pikir mendaftar akun di <i>Path</i> adalah hal yang benar	Modifikasi dari Tay Kai Shan (2004) (Penelitian Sebelumnya)



## 3.4. Path Diagram

Path diagram adalah visualisasi hubungan antar variabel yang tidak hanya dapat menggambarkan perkiraan hubungan sebab akibat antar variabel, tetapi juga menggambarkan hubungan antar konstruk.



Gambar 3.4 Path Diagram Model Penelitian

## 3.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan hipotesis yang digunakan pada penelitian sebelumnya oleh Tay Kai Shan et. al. (2014). Pada penelitiannya tersebut Shan sudah membuktikan bahwa seluruh hubungan yang terdapat pada model telah mempengaruhi secara signifikan. Berdasarkan deskripsi variabel penelitian di atas, maka penelitian ini akan menguji beberapa hipotesis berikut.

- **H1.** Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh positif terhadap

  Perceived Usefulness (PU).
- **H2.** Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh positif terhadap

  Perceived Enjoyment (PE).
- H3. Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh positif terhadap

  Satisfaction (E-Sat).
- **H4.** Perceived Usefulness (PU) berpengaruh positif terhadap Satisfaction (E-Sat).
- **H5.** Perceived Enjoyment (PE) berpengaruh positif terhadap E-Satisfaction (E-Sat).

# 3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuisioner sebagai teknik pengumpulan data dengan jumlah populasi yang sangat besar (*infinite*) yaitu Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai responden. Para responden merupakan pengguna aktif aplikasi media sosial *Path*.

#### 3.7. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel dengan *simple random sampling*. Teknik pengambilan *simple random sampling* adalah pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan wilayah atau daerah yang ada dalam populasi itu. Ukuran sampel yang sesuai untuk SEM adalah antara 100-200 sampel.

Karena jumlah populasi yang besar (infinite), maka peneliti menggunakan

teori Hair (1995) yaitu.

a. Jumlah sampel harus 100 atau lebih dari 100 telah mencukupi untuk

digunakan dalam penelitian.

b. Minimum jumlah sample adalah lima kali dari jumlah variabel yang akan

dianalisis.

Jumlah variabel dalam penelitian ini yaitu 23 variabel, maka minimum

sampel yang harus diambil adalah 5 x 23 = 115 sampel, tetapi peneliti

mengambil nilai 8 sebagai nilai minimum sampel yang akan dikalikan.

Maka, jumlah sample yang dianalisis dalam penelitian ini adalah 7 x 23 =

161 sample dibulatkan menjadi 170 sample.

3.8. Kuesioner Penelitian

Kuesioner dibuat berdasarkan variabel-variabel yang digunakan dalam

penelitian ini. Kuesioner penelitian diambil dari penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Tay Kai Shan (2014) di Malaysia dan dimodifikasi berdasarkan

objek penelitian peneliti dan studi pustaka lainnya. Kuesioner penelitian terbagi

atas dua bagian. Bagian pertama berisi tentang data umum responden (demografi)

dan bagian kedua berisi tentang pertanyaan yang dibuat berdasarkan variabel

penelitian. Tiap pertanyaan menggunakan skala likert. Di mana skala likert

mempunyai pilihan jawaban berskala 1 sampai 5 seperti di bawah ini.

a. Sangat Tidak Setuju : 1

b. Tidak Setuju : 2

c. Netral : 3

46

d. Setuju : 4

e. Sangat Setuju : 5

Sumber: (Sugiyono, 2010:133, dalam Heliani, 2012)

Kuisioner akan diisi sendiri oleh responden atau disebut *self-administrated* quistionnaire atau dapat dibantu pengisiannya oleh surveyor apabila diminta oleh responden. Surveyor menunggu dan mengawasi responden selama pengisian kuisioner agar kelengkapan pengisian bisa dipastikan sehingga dapat diperoleh data yang valid serta dapat diperoleh keterangan yang lebih jelas.

## 3.9. Teknik Analisis Data

#### 3.9.1. Analisis Kuesioner

Setelah kuisioner dibagikan dan diisi oleh responden, maka hal yang dilakukan adalah pemeriksaan kuisioner. Hal ini dilakukan karena ada beberapa hal yang menyebabkan kuisioner tidak dapat diolah (Malhotra, 2004), yaitu.

- a. Jumlah halaman kuisioner yang diterima tidak lengkap.
- b. Pola jawaban dari responden mengindikasikan bahwa responden tidak sepenuhnya memahami pertanyaan atau instruksi dalam kuisioner.
- c. Jawaban atau respon dari responden tidak cukup bervariasi atau menunjukan *central tendency*, misalnya responden hanya memilih angka 3 saja pada rangkaian pertanyaan yang memiliki 5 skala.
- d. Tidak semua pertanyaan dalam kuisioner diisi.

#### 3.9.2. Distribusi Frekuensi

Analisis distribusi frekuensi dilakukan untuk mendapatkan jumlah respon yang diasosiasikan oleh nilai yang berbeda pada suatu variabel (Malhotra, 2004). Dalam penelitian ini analisis distribusi frekuensi digunakan untuk mengolah data profil responden, seperti jenis kelamin, usia, lama penggunaan facebook dalam satu hari, dan media sosial lain yang digunakan. Analisis distribusi frekuensi dalam penelitian ini dilakukan secara sederhana menggunakan *software* Microsoft Excel 2007.

#### 3.9.3. Analisis SEM

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan dua langkah atau "two step approach" (Anderson & Gerbing, 1998; Wijanto, 2008) yaitu analisis model pengukuran dan analisis model struktural. Analisis model pengukuran digunakan untuk mengkonfirmasi apakah variabel-variabel teramati yang terdapat di dalam model merupakan refleksi dari variabel laten. Untuk mengkonfirmasi hal tersebut dilakukan CFA (Confirmatory Factor Analysis) untuk melakukan uji kecocokan keseluruhan model, analisis validitas model dan analisis reliabilitias model.

Analisis model struktural digambarkan hubungan-hubungan yang ada di antara variabel-variabel laten melalui diagram lintasan atau *Path diagram* yang sesuai dengan model yang diajukan. Analisis SEM akan dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* LISREL 8.8.

## 3.9.3.1 Model Pengukuran atau Outer Model

Analisis model pengukuran mengandung tiga langkah yaitu Uji Kecocokan Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*), Analisis Validitas, Analisis Reliabilitas. Uji kecocokan keseluruhan model ditujukan untuk memeriksa tingkat kecocokan model dan data. Dengan menggunakan GOF (*Goodness Of Fit*) dari hasil estimasi terhadap model pengukuran dan dibandingkan dengan standar nilai GOF, maka dapat disimpulkan apakah tingkat kecocokan keseluruhan model baik atau tidak.

Tabel 3.2 Goodness Of Fit (GOF) (Sumber: Wijanto, 2008)

	Nilai Standar	Nilai Standar untuk	
GOF	untuk Kecocokan Baik	Kecocokan Marginal	
RMSEA	Daik	Iviaigiliai	
(Root Mean Square Error of Approximation!)	≤ 0.08	≤ 0.05 (close fit)	
NFI (Normed Fit Index)	≥ 0.90	0.80 ≤ NFI < 0.90	
NNFI (Non-Normed Fit Index)	≥ 0.90	0.80 ≤ NNFI < 0.90	
CFI (Comparative Fit Index)	≥ 0.90	0.80 ≤ CFI < 0.90	
IFI (Incremental Fit Index)	≥ 0.90	0.80 ≤ IFI < 0.90	
RFI (Relative Fit Index)	≥ 0.90	0.80 ≤ RFI < 0.90	
Standardized RMR (Root Mean Square Residual)	≤ 0.05	RMR ≥ 0.05	
GFI (Goodness of Fit Index)	≥ 0.90	0.80 ≤ <i>GFI</i> < 0.90	
AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)	≥ 0.90	0.80 ≤ AGFI < 0.90	

Setelah diperoleh kecocokan keseluruhan model yang baik, maka langkah berikutnya adalah menguji validitas dari model pengukuran. Kriteria sebuah variabel teramati atau indikator merupakan ukuran yang valid dari sebuah variabel laten atau mempunyai validitas yang baik adalah sebagai berikut (Wijanto, 2008).

- a. t-value  $\geq 1.96$  atau 2
- b. Nilai muatan faktor standar (Standardized Loading Factor/SLF)  $\geq$  0.50

Sedangkan reliabilitas dari model pengukuran diukur menggunakan dua kriteria yaitu *Construct Reliability* (CR) dan *Variance Extracted* (VE) yang nilainya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Wijanto, 2008).

$$CR = \frac{\left(\sum Standardized Loading\right)^2}{\left(\sum Standardized Loading\right)^2 + \sum Error}$$

$$VE = \frac{\sum Standardized Loading^2}{\sum Standardized Loading^2 + \sum Error}$$

Kriteria reliabilitas model pengukuran yang baik adalah jika  $CR \ge 0.70$  dan  $VE \ge 0.50$ . Pada bagian selanjutnya akan dilakukan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) terhadap setiap model pengukuran yang ada di dalam model.

#### 3.9.3.2 Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model (inner relation, structural model, dan substantive theory) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisseq-square test untuk predictive relevance dan uji t serta signifikansi dan koefisien parameter jalur struktural.

Hasil *R-square* sebesar 0.67; 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten *endogen* (variabel dependen) dalam model struktural mengindikasikan bahwa model baik, moderat, dan lemah.

#### 3.9.4. Reliabilitas dan Validitas

Kuesioner yang baik harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya sehingga hasil penelitian yang diperoleh nantinya akan menjadi baik. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Bila seorang ingin mengukur berat suatu benda, timbangan adalah alat pengukur yang valid karena timbangan memang mengukur berat suatu benda. Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. (Singarimbun, 1998).

#### a Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukan pada suatu pengertia bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya arau reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula. Apabila data memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kalipun diambil hasilnya akan tetap

sama. Semakin kecil kesalahan, semakin *reliable* alat pengukur. Sebaliknya, semakin besar kesalahan pengukur, maka semakin tidak *reliable* alat pengukur tersebut. Untuk uji *reliable* instrument dalam kuesioner penelitian ini menggunakan teknik *alpha cronbach*. Standar nilai *alpha* (α) yang digunakan untuk menunjukan bahwa alat ukut tersebut baik adalah > 0.5. Jadi, semakin besar nilai *alpha*, maka semakin *reliable* alat ukur tersebut. (Singarimbun, 1989).

Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha Cronbach's (Sumber : Singarimbun, 1989)

Nilai Alpha Cornbach	Tingkat Reliabilitas
0.00 - 0.20	Kurang <i>Reliable</i>
0.21 - 0.40	Agak Reliable
0.42 - 0.60	Cukup Reliable
0.61 - 0.80	Reliable
0.81 - 1.00	Sangat Reliable

# b Uji Validitas

Uji validitas ini menggunakan teknik analisis faktor. Analisis faktor adalah suatu teknik statisktik untuk mengidentifikasikan jumlah faktor yang relatif kecil yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara beberapa variabel yang saling berhubungan. Analisis faktor menghasilkan suatu tabel di mana baris adalah variabel indikator mentah yang diamati dalam kolom adalah faktor atau variabel tersembunyi yang menjelaskan sebanyak mungkin perbedaan di dalam variabel ini.

Teknik analisis faktor ini digunakan untuk mengkonfirmasi penelitian yang bersifat deskriptif. Dalam penelitian ini, masing-masing dimensi diuji satu persatu dengan menggunakan teknik analisi faktor sehingga akan diperoleh nilai Kaiser - Mayer - Olkin (KMO), yaitu uji statisktik yang digunakan untuk menunjukan ketepatan analisis faktor terhadap variabel-variabel yang diukur. Bila nilai KMO > 0.7 dengan nilai signifikan < 0.005, maka variabel tersebut dapat diukur dengan menggunakan teknik faktor analisis untuk mengetahui apakah indikator yang dibuat memang berada pada satu kelompok dengan indikator lainnya yang masih dalam satu variabel

Tabel 3.4 Tingkat Validitas Nilai KMO (Sumber: Singarimbun, 1989)

Nilai KMO	Tingkatan Varian	
0,90 - 1,00	Marvellous (Sangat Bermanfaat)	
0,80-0,89	Meritorious (bermanfaat)	
0,70-0,79	Middling (Cukup Bermanfaat)	
0,60-0,69	Mediocre (Sedang)	
0,50 – 0,59	Miserable (Tidak Bermanfaat)	
0,00 – 0,49	Unacceptable (Tidak Bisa Diterima)	