

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Generasi milenial atau bisa disebut juga dengan Generasi Y merupakan generasi yang berbeda dari generasi yang lain karena memiliki batas usia yang tidak pasti untuk awal dan akhir dari generasi ini. Namun, generasi ini disebut juga sebagai sekelompok orang yang lahir mulai dari tahun 1981 sampai pada tahun 1996 atau berumur 27 hingga 42 tahun di tahun 2023 (Bayu, 2021; Dimock, 2019). Istilah “milenial” diciptakan oleh William Strauss dan Niel Howe pada tahun 1987, dimana pada saat itu teknologi sedang memulai perkembangan yang cukup pesat. Generasi milenial memiliki beberapa karakter utama yaitu spesial, percaya diri, terlindungi, konvensional, selalu mengejar pencapaian, memiliki wawasan kelompok, tahan terhadap tekanan, dan akrab dengan komunikasi, media serta teknologi digital. Namun, karakteristik dari generasi milenial ini juga dapat berbeda-beda sesuai dengan kondisi ekonomi dan sosial serta wilayah tempat generasi ini tinggal (Ananda, 2022).

Generasi milenial merupakan generasi yang sudah menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari. Generasi milenial bisa menghabiskan waktu 4-6 jam sehari untuk mengakses internet (MNC Media, 2021). Selain itu, generasi milenial memiliki perilaku mudah bosan dan akan berpaling ketika ada produk yang lebih bagus. Generasi milenial memiliki dompet tipis. Hal ini berarti bahwa generasi milenial menjunjung tinggi adanya transaksi non-tunai. Generasi milenial merupakan generasi yang melek dan mampu mengadopsi penggunaan teknologi dengan mudah. Munculnya *gadget* dan koneksi internet berangsur cepat, mau tidak mau mempengaruhi cara hidup generasi milenial termasuk pada cara pembayaran melalui aplikasi secara *online* (Sulistiyawan, 2020).

Adanya dukungan teknologi dapat mendorong generasi milenial untuk mempercepat waktu kerja mereka dan mendorong kemampuan *multitasking* (Finaka, 2020). Di Indonesia sendiri, generasi milenial merupakan generasi terbesar kedua setelah Generasi Z, dimana generasi milenial memiliki persentase 69,38 juta jiwa (25,87%) dari jumlah penduduk Indonesia dan Generasi Z memiliki persentase 74,93 juta jiwa (27,94%) dari jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 (Bayu, 2021).



Gambar 3.1 Persentase Gen Z dan Milenial

Sumber: Katadata.co.id, 2021

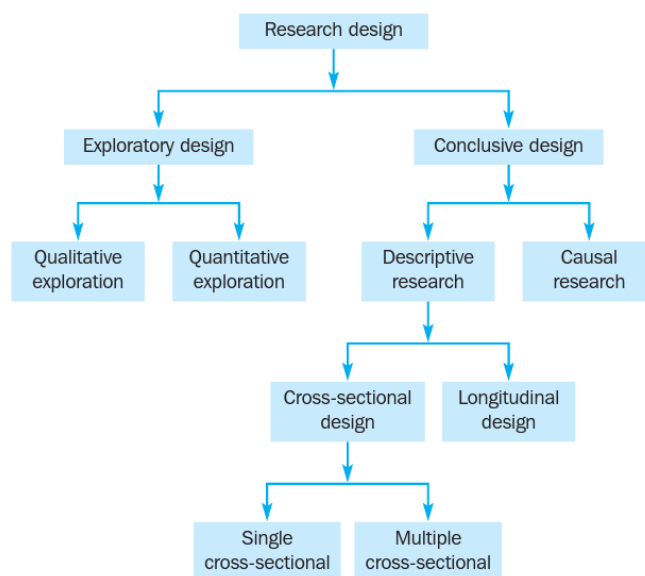
Generasi milenial merupakan generasi yang mayoritasnya merupakan angkatan kerja pada usia produktif. Sehingga, sebagian besar dari generasi ini sudah memiliki pendapatan dan perencanaan keuangannya sendiri. Kebutuhan yang beragam menyebabkan generasi ini harus membagi pendapatannya untuk biaya-biaya yang diperlukan. Hal ini selaras dengan artikel yang ditulis oleh Farrel (2021), dalam artikelnya yang menyebutkan bahwa dari 47 juta pemilik akun bank digital, mayoritasnya adalah generasi milenial. Lavenia (2022) juga menyebutkan bahwa bank digital didominasi oleh generasi milenial karena adanya promo-promo menarik yang

ditawarkan oleh bank digital. Oleh karena itu, peneliti memilih generasi milenial sebagai objek penelitian untuk melihat faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan generasi milenial untuk menggunakan bank digital.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan teknik penelitian dan kerangka metode yang dipilih oleh seorang peneliti. Jenis masalah yang dijadikan penelitian menentukan desain dari sebuah penelitian (LP2M, 2021). Arum (2021) mendefinisikan desain penelitian sebagai rancangan penelitian yang disusun dengan rapi agar dapat menuntun peneliti dalam memperoleh jawaban dari pertanyaan yang muncul dalam penelitian.

Berdasarkan Malhotra & Birks (2006), desain penelitian dibagi menjadi 2 yaitu *exploratory design* dan *conclusive design* seperti pada gambar bagan di bawah ini:



Gambar 3.2 Desain Penelitian

Sumber: Malhotra & Birks, 2006

3.2.1. *Exploratory Design*

Exploratory design merupakan desain penelitian yang menggunakan ide dan pemikiran yang berasal dari peneliti mengenai subjek yang ditelitinya untuk dapat memahami teori mereka (LP2M, 2021). Penelitian dengan menggunakan desain ini memiliki fleksibilitas, dan tidak terbatas pada proses penelitian formal. Di dalam penelitian ini, jarang menggunakan kuesioner terstruktur, dan menggunakan sampel yang tidak besar. Fokus penelitian dapat berubah-ubah sesuai dengan ide-ide baru yang ditemukan sehingga, kreativitas dan kecerdasan peneliti menjadi kunci utama dalam desain penelitian ini (Malhotra & Birks, 2006). Desain penelitian ini kemudian dibagi menjadi dua yaitu:

a. *Qualitative Exploration*

Qualitative exploration merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data kualitatif. Data kualitatif merupakan data atau informasi mengenai objek atau subjek yang tidak dapat dihitung tapi dapat dirasakan atau dilihat (Latifatunnisa, 2022). Karena data yang dikumpulkan tidak dalam bentuk yang dapat dihitung, maka dapat menimbulkan interpretasi yang berbeda dan tidak memberikan hasil yang absolut. Penelitian dengan desain ini dapat dikumpulkan dengan melakukan wawancara langsung, kuesioner, observasi, rekaman, studi literatur dan studi kasus atau *focus group discussion* (Latifatunnisa, 2022).

b. *Quantitative Exploration*

Quantitative exploration merupakan penelitian dengan menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan

informasi dalam bentuk angka yang dapat dihitung dan dibandingkan menggunakan skala numerik dan cocok untuk digunakan pada analisis statistik. Penelitian dengan menggunakan desain ini mengumpulkan data dengan cara *probability sampling*, *open-source database*, kuesioner, menggunakan *tool analytics* (Latifatunnisa, 2022).

3.2.2. *Conclusive Design*

Conclusive design merupakan penelitian yang memiliki tujuan utama untuk menggambarkan fenomena tertentu, menguji hipotesis tertentu dan memeriksa hubungan tertentu. Penelitian ini memiliki struktur penelitian yang lebih jelas dan formal dibanding *exploratory design*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki jumlah yang besar untuk dapat mewakili populasi yang ada dan data yang diperoleh akan diolah secara kuantitatif (Malhotra & Birks, 2006). Desain penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

a) *Descriptive Research*

Descriptive research merupakan penelitian dengan tujuan utama mendefinisikan sesuatu. Penelitian ini menggunakan rumus yang sudah ada berdasarkan pada pertanyaan dan hipotesis pada penelitian tertentu. Oleh karena itu, informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini dapat didefinisikan dengan jelas (Malhotra & Birks, 2006).

b) *Causal Research*

Causal research merupakan penelitian yang dibuat untuk memperoleh bukti adanya hubungan sebab akibat (kausalitas). Penelitian dengan desain ini cocok digunakan untuk memahami variabel mana yang mempengaruhi

(dependen) dan dipengaruhi (independen), menentukan sifat hubungan antara variabel, penyebab dan efek yang mungkin terjadi serta menguji hipotesis (Malhotra & Birks, 2006).

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai klasifikasi desain penelitian, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai hubungan antara *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience* dan *attitude towards the service* terhadap *continuance intention to use digital bank* pada generasi milenial menggunakan *conclusive design* yaitu *causal research*. Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana variabel dependen dapat mempengaruhi variabel independen dan bagaimana hubungan sifat yang ada di antara variabel ini. Penelitian ini juga dilakukan untuk menguji hipotesis yang sudah dibentuk berdasarkan teori-teori yang sudah ada.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

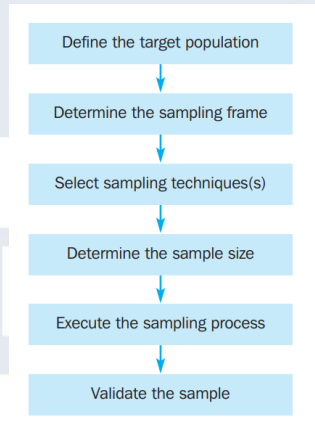
3.3.1 Populasi

Populasi merupakan suatu kelompok wilayah yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dapat dijadikan bagian dari penelitian dan dipelajari serta membentuk sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2019). Berdasarkan definisi tersebut, populasi dari penelitian ini merupakan generasi milenial.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sub-kelompok dari populasi yang dipilih untuk dapat menjadi responden dari suatu penelitian (Malhotra & Birks, 2006). Desain sampel yang digunakan dalam suatu penelitian

harus selaras dengan desain penelitian agar dapat memberikan hasil yang saling terkait dan relevan.



Gambar 3.3 *Sampling Design Process*

Sumber: Malhotra & Birks, 2006

Berdasarkan gambar bagan di atas, berikut ini merupakan enam tahap dalam melakukan *sampling design*:

1) *Define the Target Population*

Target population merupakan sekelompok unsur, benda, atau objek yang memiliki informasi yang sedang dicari oleh peneliti (Malhotra & Birks, 2006). Pendefinisian target populasi yang tidak tepat dapat memberikan hasil yang tidak efektif dan menyesatkan. Definisi dari target populasi ini diambil berdasarkan pada rumusan masalah yang menjadi pernyataan mengenai siapa yang dapat atau tidak dapat menjadi bagian dalam sampel penelitian (Malhotra & Birks, 2006). Populasi target didefinisikan dalam bentuk:

a) *Element*

Element merupakan objek yang memiliki informasi yang diinginkan oleh peneliti. Dimana dalam penelitian survei, elemen ini disebut juga dengan responden (Malhotra & Birks, 2006).

b) Sampling Unit

Sampling unit merupakan elemen atau unit yang berisi elemen & karakteristik tertentu, yang tersedia untuk dipilih menjadi sampel dari penelitian ini (Malhotra & Birks, 2006).

c) Extent

Extent mengacu pada batasan geografis yang diterapkan oleh peneliti ketika mengambil responden (Malhotra & Birks, 2006).

d) Time

Time merupakan periode penelitian yang ditetapkan oleh peneliti dalam melakukan proses penelitian (Malhotra & Birks, 2006).

Dalam penelitian ini, yang menjadi unsur atau *element*-nya adalah orang dengan rentang usia 27-42 tahun (generasi milenial). Sedangkan untuk *sampling unit*-nya adalah pemilik dan pengguna akun bank digital dengan rentang usia 27-42 tahun (generasi milenial). *Extent* atau batasan geografis pada penelitian ini dibatasi di negara Indonesia dengan jangka waktu (*time*) penelitian selama 5 bulan dimulai dari bulan Februari 2023 sampai dengan bulan Juni 2023 dan proses pengambilan data dilakukan selama 1 bulan dari bulan April 2023 sampai bulan Mei 2023.

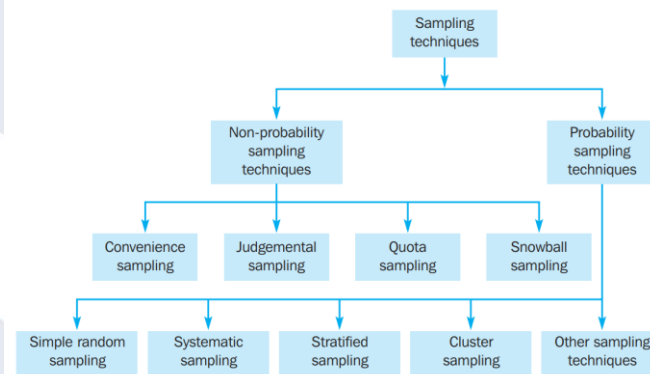
2) Determine the Sampling Frame

Sampling frame adalah perwakilan dari elemen populasi target. *Sampling frame* berisi daftar atau rangkaian arahan untuk dapat mengidentifikasi populasi yang disasar

(Malhotra & Birks, 2006). *Sampling frame* dalam penelitian ini merupakan generasi milenial yang memiliki akun bank digital di Indonesia.

3) *Select Sampling Technique*

Sampling technique merupakan teknik yang dipilih oleh peneliti dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Malhotra & Birks, 2006). *Sampling technique* terdiri dari dua jenis yaitu *non-probability sampling* yang bergantung pada penilaian peneliti terhadap populasi, dan *probability sampling* yang bergantung pada kesempatan yang mungkin didapatkan untuk menjadi sampel penelitian.



Gambar 3.4 *Sampling Technique(s)*

Sumber: Malhotra & Birks, 2006

a) *Non-probability sampling*

Non-probability sampling merupakan proses penentuan sampel penelitian yang mengandalkan penilaian pribadi dari peneliti.

Peneliti dapat secara sadar menentukan elemen apa yang dapat masuk dalam sebuah penelitian.

(Malhotra & Birks, 2006). Teknik *non-*

probability sampling yang sering digunakan adalah

- *Convenience sampling* atau teknik pengambilan sampel dengan cara mengambil responden yang kebetulan berada pada tempat dan waktu yang tepat. Teknik ini merupakan teknik yang tidak mengeluarkan banyak biaya namun membutuhkan waktu yang sangat panjang. Selain itu, teknik ini cocok untuk penelitian *exploratory* untuk dapat memunculkan ide atau teori (Malhotra & Birks, 2006).
- *Judgemental sampling* merupakan teknik *sampling* yang bergantung penuh pada penilaian pribadi peneliti terhadap elemen-elemen yang diyakini dapat menjadi perwakilan dari suatu populasi. Teknik *sampling* ini memiliki sifat yang subjektif karena bergantung penuh pada penilaian, kreativitas dan keahlian dari peneliti (Malhotra & Birks, 2006).
- *Quota sampling* yaitu teknik *non-probability sampling* yang memiliki dua tahapan. Tahap pertama merupakan tahap dimana peneliti mengembangkan kategori kontrol atau menetapkan kuota dari elemen populasi. Kemudian dilanjutkan dengan tahap kedua dimana peneliti akan memilih sampelnya menggunakan *convenience* atau

judgemental sampling (Malhotra & Birks, 2006).

- *Snowball sampling* merupakan teknik *sampling* yang memilih responden awal dari suatu kelompok secara acak. Kemudian, responden-responden berikutnya dipilih berdasarkan rekomendasi dari responden awal. Tujuan utama dari teknik *sampling* ini adalah untuk memperkirakan karakteristik yang mungkin jarang ada pada populasi yang luas (Malhotra & Birks, 2006).

b) *Probability sampling*

Probability sampling merupakan teknik pemilihan sampel yang mana setiap elemen memiliki kesempatan untuk dapat atau tidak dapat menjadi responden dalam suatu penelitian (Malhotra & Birks, 2006). Teknik *probability sampling* yang umum digunakan adalah

- *Simple random sampling* merupakan teknik dimana masing-masing elemen memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih secara acak dari *sampling frame* (Malhotra & Birks, 2006)
- *Systematic sampling* merupakan teknik *sampling* yang memilih sampel awal secara acak kemudian sampel yang lain dipilih secara berurutan dari *sampling frame* (Malhotra & Birks, 2006).

- *Stratified sampling* atau teknik pengambilan sampel yang diawali dengan pembagian populasi menjadi strata dan kemudian responden penelitian akan diambil secara acak dari strata-strata yang sudah ada (Malhotra & Birks, 2006).
- *Cluster sampling* merupakan teknik *sampling* yang juga terdiri dari dua langkah dimana target populasi dibagi menjadi dalam bentuk *cluster* dan kemudian sampel akan diambil secara acak menggunakan *simple random sampling* dari *cluster* yang ada (Malhotra & Birks, 2006).
- *Other probability sampling technique* merupakan teknik *sampling* yang memungkinkan adanya pengambilan sampel secara berurutan dari populasi dan pembuatan keputusan apakah elemen populasi tambahan perlu untuk diambil sampelnya atau tidak (Malhotra & Birks 2006).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *judgemental sampling* dimana peneliti menetapkan dari populasi pemilik akun bank digital, hanya elemen yang termasuk dalam generasi milenial yang dapat menjadi sampel dalam penelitian ini.

4) *Determine the Sample Size*

Sample size merupakan jumlah elemen yang dapat dimasukkan ke dalam suatu penelitian (Malhotra & Birks, 2006). Desain penelitian memiliki dampak terhadap penentuan *sample size*. *Exploratory research* biasanya membutuhkan *sample size* yang kecil. Sedangkan untuk *conclusive research* membutuhkan *sample size* yang lebih besar. Jumlah variabel yang semakin banyak juga dapat menambah *sample size* dari suatu penelitian.

Penelitian ini menggunakan *sample size* dengan rasio 5:1 dimana 5 responden mewakili 1 indikator. Penelitian ini memiliki 26 indikator yang mewakili variabel endogen dan variabel eksogen (Hair et al., 2010). Oleh karena itu, *sample size* dari penelitian ini adalah:

$$5 \times 26 = 130 \text{ responden}$$

5) *Execute the Sampling Process*

Melakukan eksekusi terhadap *sampling process* membutuhkan spesifikasi terperinci tentang bagaimana suatu keputusan mengenai *sampling design* yang dipilih berkaitan dengan populasi, *sampling unit*, *sampling frame*, dan *sampling size* yang sudah ditetapkan (Malhotra & Birks, 2006). Spesifikasi dari bagaimana *sampling process* ini diperlukan untuk dapat memastikan bahwa proses pengambilan sampel ini dilakukan dengan konsisten.

6) *Validate the Sample*

Validasi pada sampel dilakukan untuk dapat memperhitungkan kesalahan dalam melakukan *screening* sampel. Responden dapat disaring berdasarkan pada karakteristik, demografis, usia, dan lain-lain untuk

memastikan bahwa sampel tersebut memenuhi kriteria dari suatu penelitian (Malhotra & Birks, 2006). Dalam penelitian ini, *screening* responden didasarkan pada jenis kelamin, usia (27-42 tahun), pendidikan terakhir, tinggal di Indonesia, pekerjaan, pendapatan, pengetahuan dan pengalaman mengenai bank digital.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Periode Penelitian

Periode penelitian ini dilakukan selama 5 bulan. Dimulai dari bulan Februari 2023 sampai pada bulan Juni 2023. Pada bulan Februari 2023, peneliti memulai penelitian dengan mencari fenomena yang terjadi di sekitar peneliti yang menarik untuk diteliti, kemudian peneliti mencari jurnal utama yang membahas topik yang serupa dengan fenomena yang ingin diteliti. Proses selanjutnya adalah membuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, mengumpulkan teori-teori mengenai variabel yang akan diteliti, membangun hipotesis, menentukan model penelitian dan membuat indikator pernyataan yang diambil dari Nguyen (2020), namun sudah disesuaikan dengan objek yang diteliti dan melakukan penyebaran kuesioner. Setelah semua data terkumpul, peneliti akan mengolah data yang ada agar dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian ini.

3.4.2. Data Penelitian

Data dalam sebuah penelitian terdapat dua data penelitian yang dibedakan sebagai data primer dan data sekunder menurut Malhotra & Birks (2006). Berikut ini merupakan penjabaran mengenai kedua data tersebut:

3.4.2.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang data yang berasal dari seorang peneliti yang memiliki tujuan khusus untuk menyelesaikan suatu masalah. Data yang diteliti ini dirancang secara individual untuk pengambilan keputusan. Dibandingkan dengan data yang sudah tersedia, data primer ini membutuhkan waktu dan usaha yang lebih banyak untuk mengumpulkan dan menganalisis data (Malhotra & Birks, 2006). Data primer dapat dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan lain sebagainya (Salsabila, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data mentah yang nantinya akan diolah agar dapat menarik kesimpulan. Kuesioner ini berisikan total 26 pernyataan mengenai bank digital yang mewakili *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *risk*, *trust*, *convenience*, *attitude towards the service* dan *continuance intention to use*. Responden akan memberikan penilaian pada masing-masing pernyataan dengan skala likert 1-5. Dimana 1 mewakili sangat tidak setuju, 2 mewakili tidak setuju, 3 mewakili netral, 4 mewakili setuju dan 5 mewakili sangat setuju. Kuesioner ini dibuat secara *online* pada *Google form* dan disebarakan secara *online* melalui aplikasi *Line* dan *Whatsapp*. Kuesioner ini dapat diakses melalui link <https://forms.gle/gPsjiSe1TjWMmx3R9>.

3.4.2.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan untuk mendukung data primer. Pengumpulan

dan analisis pada data sekunder perlu dilakukan terlebih dahulu sebelum mengumpulkan data primer. Penelitian menggunakan data primer dapat dilakukan ketika data sekunder memberikan hasil yang terbatas (Malhotra & Birks, 2006). Data sekunder dapat dikumpulkan melalui situs, buku atau dokumen milik pemerintah (MR, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan internet sebagai alat untuk mengumpulkan jurnal atau teori-teori yang dapat mendukung adanya data primer. Peneliti mengambil data pendukung berupa artikel dari situs resmi, buku dan jurnal dalam bentuk pdf, serta grafik atau bagan yang mendukung adanya data primer.

3.4.3. Proses Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa tahap yang harus dilalui oleh peneliti mulai dari proses pencarian topik, pengumpulan data sampai pada penarikan kesimpulan:

- 1) Langkah yang pertama adalah, peneliti mencari tahu mengenai masalah apa yang sedang terjadi di sekitar peneliti yang dapat diangkat menjadi topik dan dapat dicari penyelesaiannya.
- 2) Setelah menemukan masalah yang akan diangkat menjadi topik penelitian, peneliti kemudian mencari jurnal utama yang berkaitan dengan permasalahan di dalam penelitian dan dapat menjadi pendukung utama dari penelitian ini.
- 3) Peneliti kemudian mengembangkan latar belakang penelitian yang dapat membangun penelitian ini dan memberikan bukti-bukti kuat mengenai permasalahan yang sedang terjadi sesuai dengan topik penelitiannya. Peneliti juga membentuk rumusan masalah dan tujuan penelitian dalam tahap ini.

- 4) Peneliti kemudian mempelajari dan mengidentifikasi variabel-variabel yang berkaitan dalam penelitian, membentuk hipotesis dan mencari jurnal pendukung yang dapat menjadi dasar bagi pengembangan teori dan terbentuknya sebuah hipotesis.
- 5) Peneliti membuat rancangan penelitian mulai dari populasi & sampel, desain penelitian, dan rancangan penelitian lainnya sesuai dengan permasalahan dan tujuan dari penelitian ini.
- 6) Membuat pernyataan dalam kuesioner seputar topik penelitian yang dibuat menggunakan *Google form*. Kuesioner ini berisikan 26 pernyataan yang mewakili variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini. Kuesioner ini juga berisikan pertanyaan *screening* untuk menyaring responden mana yang dapat dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini.
- 7) Kuesioner yang sudah jadi disebarikan secara *online* menggunakan *Line* dan *Whatsapp*. Setelah terkumpul 30 responden yang lulus *screening*, dilakukan uji *pre-test*. Uji *pre-test* ini ditujukan untuk melihat tingkat ke-valid-an dan tingkat reliabilitas data yang sudah dikumpulkan. Uji *pre-test* dilakukan dengan menggunakan *tools Statistic Program for Social Science (SPSS)* versi 24.
- 8) Setelah melakukan uji *pre-test* dan mendapatkan hasil yang valid serta reliabel, peneliti akan kembali menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan kurang lebih 130 responden yang lulus uji *screening* dan dapat menjadi data primer dalam penelitian ini.
- 9) Data yang sudah dikumpulkan akan diuji dengan lebih lanjut dalam *main test* menggunakan *tools AMOS* versi.
- 10) Langkah terakhir dari penelitian ini adalah menganalisis hasil *main test* dan menarik kesimpulan serta memberi saran untuk pihak-pihak yang terkait dalam penelitian dari hasil yang sudah didapatkan.

3.4.4. Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel yang menggambarkan variabel yang dipengaruhi (endogen) dengan variabel yang mempengaruhi (eksogen).

3.4.4.1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel-variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel eksogen ini dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang berada di luar model penelitian (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel eksogen adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *risk*, *trust* dan *convenience*.

3.4.4.2. Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain di dalam model penelitian. Variabel endogen ini dapat diperlakukan sebagai variabel terikat maupun variabel bebas tergantung pada model penelitian yang ada (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel endogen adalah *attitude towards the service* dan *continuance intention to use*.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini memiliki 7 variabel dengan 5 variabel eksogen yang terdiri dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *risk*, *trust* dan *convenience*, dan 2 variabel endogen yaitu *attitude towards the service* dan

continuance intention to use. Kuesioner yang dibuat dan disebar oleh peneliti mengandung indikator pernyataan yang mewakili ketujuh variabel ini. Indikator-indikator ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Dimana 1 mewakili sangat tidak setuju, 2 mewakili tidak setuju, 3 mewakili netral, 4 mewakili setuju dan 5 sangat setuju. Skala ini mewakili tingkat kesetujuan responden mengenai pernyataan yang diberikan dalam kuesioner.

Pada Nguyen (2020), total indikator untuk penelitiannya berjumlah 28 indikator, namun peneliti melihat bahwa ada 1 indikator pada variabel *trust* yaitu “Bank mematuhi apa yang telah diumumkan mengenai perbankan digital” memiliki makna yang ambigu dan susah untuk dipahami serta 1 indikator lain pada variabel *perceived risk* yang menyebutkan bahwa memberikan informasi mengenai akun bank (*credit* dan *debit card*) adalah hal yang berbahaya dianggap tidak sesuai dengan objek penelitian yaitu *digital bank* yang tidak memiliki kartu debit maupun kartu kredit secara fisik, sehingga kedua variabel ini tidak digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Sehingga, total indikator dalam penelitian ini berjumlah 26 indikator. Indikator-indikator dalam penelitian ini dirangkum dalam tabel operasional variabel di bawah ini:



Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Jurnal Referensi	Definisi	Kode	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Teknik Pengukuran
1	<i>Perceived ease of use</i> (X1)	Nguyen (2020)	Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap suatu layanan untuk memberikan kebebasan dan kenyamanan (Davis, 1993, Jogiyanto, 2008)	PEU01	Tingkat kemudahan dalam mencari cara untuk mempelajari penggunaan bank digital	Anda dapat dengan mudah menemukan dokumentasi (video tutorial) mengenai cara menggunakan bank digital	Skala Likert 1-5
				PEU02	Tingkat kemudahan seseorang dalam memahami cara kerja aplikasi bank digital	Menurut Anda, aplikasi bank digital sangat jelas dan mudah dipahami	
				PEU03	Tingkat kecepatan seseorang dapat menggunakan bank digital	Anda dapat dengan cepat menggunakan bank digital	
				PEU04	Tingkat kemudahan penggunaan bank digital secara umum	Secara umum, Anda menemukan bahwa menggunakan bank digital sangat mudah	

2	<i>Perceived usefulness</i> (X2)	Nguyen (2020)	Persepsi pelanggan tentang kemampuan untuk meningkatkan efisiensi kerja, misalnya dengan menghemat waktu, ketika mengakses layanan ke layanan dalam berbagai cara (Davis, 1993)	PU01	Tingkat kegunaan bank digital dalam menghemat uang	Menggunakan bank digital membantu Anda menghemat uang	Skala Likert 1-5
				PU02	Tingkat kegunaan bank digital dalam menghemat waktu	Menggunakan bank digital dapat menghemat waktu Anda	
				PU03	Tingkat kegunaan bank digital dalam menggunakan layanan yang ada	Menggunakan bank digital dapat memberikan Anda akses terhadap berbagai macam layanan	
				PU04	Tingkat kegunaan bank digital secara umum	Secara umum, Anda menemukan bahwa menggunakan bank digital sangat bermanfaat	
3	<i>Trust</i> (X3)	Nguyen (2020)	Faktor yang mempengaruhi perasaan aman dari pelanggan ketika menggunakan suatu layanan tanpa harus mengkhawatirkan risiko yang akan dihadapi	TR01	Tingkat kepercayaan responden terhadap bank digital	Anda dapat mempercayai aplikasi bank digital	Skala Likert 1-5
				TR02	Tingkat kepercayaan responden terhadap komitmen bank digital	Bank digital memberikan pelayanan sesuai dengan komitmen mereka	
				TR03	Tingkat kepercayaan responden terhadap usaha bank digital	Bank digital selalu berusaha untuk memberikan manfaat bagi nasabah	

			(Gefen, Karahanna & Straub, 2003)				
4	Risk (X4)	Nguyen (2020)	Persepsi tentang kerugian yang mungkin dialami oleh pelanggan ketika menggunakan suatu layanan (Glover & Benbasat, 2010)	RI01	Tingkat risiko dalam menggunakan bank digital	Anda mendapati bahwa menggunakan bank digital merupakan suatu aktivitas yang berisiko	Skala Likert 1-5
				RI02	Tingkat risiko dalam memberikan informasi pribadi	Memberikan informasi pribadi pada bank digital sangat berisiko	
				RI03	Tingkat risiko dalam mendaftar layanan bank digital	Mendaftar layanan bank digital sangat berisiko	
				RI04	Tingkat risiko bank digital dibandingkan bank konvensional	Anda menemukan bahwa bank digital lebih berisiko dibandingkan bank konvensional	
			Faktor yang mempengaruhi keputusan	AT01	Tingkat kesenangan menggunakan bank digital	Anda senang menggunakan bank digital	

5	<i>Attitude Towards the Service (Y)</i>	Nguyen (2020)	pelanggan dalam memilih layanan yang diinginkannya. Semakin baik pandangan yang dimiliki terhadap suatu layanan maka layanan tersebut akan lebih mudah diterima (Nguyen, 2020)	AT02	Tingkat ketepatan memilih bank digital	Anda mendapati bahwa menggunakan bank digital adalah pilihan yang tepat	Skala Likert 1-5
				AT03	Tingkat kesetujuan bank digital sebagai ide yang bagus	Anda melihat bahwa menggunakan bank digital adalah ide yang bagus	
				AT04	Tingkat kesetujuan bank digital sebagai ide yang menarik	Anda mendapati bahwa menggunakan bank digital adalah ide yang menarik	
6	<i>Convenience (X5)</i>	Nguyen (2020)	Kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan ketika menggunakan suatu layanan secara mudah dan memiliki efisiensi (Seiders, et.al., 2007)	CO01	Tingkat kemudahan akses bank digital	Menurut Anda, bank digital dapat diakses kapan saja, dimana saja selama ada koneksi internet	Skala Likert 1-5
				CO02	Tingkat kegunaan bank digital dalam membantu nasabah	Bank digital dapat membantu Anda untuk mengatur perencanaan keuangan Anda dengan mudah	
				CO03	Tingkat kemudahan akses bank digital yang digunakan	Bank digital yang ada sekarang sangat mudah untuk diakses	
				CO04	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi untuk memilih bank digital	Mudah mendapatkan informasi yang Anda butuhkan untuk memutuskan bank digital apa yang Anda gunakan	

7	<i>Continuance Intention to Use (Z)</i>	Nguyen (2020)	Suatu situasi di mana seseorang akan melakukan pennggunaan secara berkelanjutan pada suatu teknologi yang dipilihnya (Yang & Jong, 2021)	CI01	Tingkat keinginan menggunakan bank digital	Anda akan terus menggunakan bank digital saat dibutuhkan	Skala Likert 1-5
				CI02	Tingkat keinginan responden dalam penyebaran penggunaan bank digital	Anda berpikir bahwa bank digital harus terus digunakan oleh semua orang	
				CI03	Tingkat keinginan responden untuk mengajak penggunaan bank digital	Anda akan mengajak teman Anda untuk terus menggunakan bank digital	

UMMN

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses pengolahan data menjadi suatu informasi yang baru. Analisis data ini dilakukan agar dapat mengubah data yang sudah ada menjadi lebih mudah dipahami dan menjadi solusi dari masalah yang ada dalam suatu penelitian (Salsabila, 2022). Dalam penelitian ini, analisis data diawali dengan uji *pre-test* yaitu uji validitas dan uji reliabilitas dari 30 responden menggunakan SPSS versi 24 dan dilanjutkan dengan pengolahan data (*main test*) dari 130 responden menggunakan AMOS.

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam sebuah penelitian, uji validitas dan reliabilitas merupakan konsep yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas penelitian (Rakhman, 2022). Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa akurat metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi pada metode ukur (Sampoerna University, 2022).

3.6.1.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu konsep yang digunakan untuk melihat sejauh mana data yang diamati dalam suatu penelitian dapat menggambarkan objek penelitian (populasi) yang sedang diukur (Malhotra & Birks, 2006). Penelitian dengan validitas yang tinggi adalah penelitian yang dapat menggambarkan karakteristik dan sifat asli dari objek penelitian. Validitas data juga mengacu pada seberapa banyak fenomena yang akan diukur atau seberapa banyak informasi yang tidak terkait dengan penelitian namun termasuk di dalam hasil penelitian (Sampoerna University, 2022).

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) yang dijalankan di program IBM SPSS versi 24. Menurut Raharjo (2021), analisis faktor memiliki tujuan untuk melakukan penyaringan pada variabel yang paling unggul atau dominan. Keputusan valid atau tidaknya suatu variabel dapat dilihat dari *loading factor* pada masing-masing indikatornya. Menurut Byrne (2016) dalam Junaidi (2021), adapun beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk dapat membuktikan bahwa indikator yang mewakili variabel dalam suatu penelitian dinyatakan valid adalah:

- Memiliki nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* $> 0,50$ yang dapat dilihat pada tabel KMO. Hasil $KMO \leq 0,50$, variabel tersebut dianggap tidak valid
- Memiliki nilai *MSA* $\geq 0,50$ yang dapat dilihat pada tabel *Anti-Image Matrics*. Hasil $MSA < 0,50$, variabel tersebut dianggap tidak valid
- Memiliki nilai signifikan *Bartlett's Test of Sphericity* $\leq 0,05$. Hasil signifikan $> 0,05$, variabel tersebut dianggap tidak valid
- Memiliki nilai *loading factor* $> 0,50$. Semakin tinggi *loading factor*, suatu data akan semakin dianggap valid. *Loading factor* dari tiap indikator dapat dilihat dalam tabel *component matrix*.

Aturan umum dari *loading factor* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Loading Factor

Loading Factor	Kriteria	Hasil
$\geq 0,71$	<i>Excellent</i>	Valid
0,70 - 0,65	<i>Verry Good</i>	Valid
0,55 – 0,64	<i>Good</i>	Valid
0,50 – 0,54	<i>Fair</i>	Valid
$< 0,50$	<i>Poor</i>	Tidak Valid

Sumber: Harrington (2019)

3.6.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengujian yang dapat menunjukkan seberapa konsisten metode ukur jika digunakan berulang kali dalam suatu penelitian (Malhotra & Birks, 2006). Reliabilitas merupakan kemampuan untuk mengulang hasil penelitian dapat memberikan hasil yang serupa. Apabila hasil yang serupa dengan metode yang serupa, keadaan yang sama dapat muncul, maka metode ukur yang digunakan dianggap reliabel atau dapat diandalkan (Sampoerna University, 2022).

Penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dalam melakukan uji reliabilitas dengan program IBM SPSS versi 24. *Cronbach's Alpha* merupakan suatu metode yang mengukur batas atas nilai reliabilitas dari data yang sudah dikumpulkan. Data yang sudah dikumpulkan dapat diandalkan (*reliable*) apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dan sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,60, maka data tersebut tidak dapat diandalkan (tidak *reliable*) (Meiryani, 2021).

Tabel 3.3 Cronbach'sAlpha

<i>Cronbach'sAlpha</i>	Hasil
$\geq 0,60$	Reliabel
$< 0,60$	Tidak Reliabel

Sumber: Meiryani (2021)

3.6.2 Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian ini, teknik analisis data penelitian yang dilakukan adalah *Structural Equation Model* (SEM). Teknik ini merupakan teknik yang paling efisien dan tepat untuk menganalisis hubungan timbal balik dari sekumpulan variabel dalam persamaan regresi berganda yang diukur secara bersamaan. Terdapat 2 komponen dasar dari SEM yaitu, model struktural yang menghubungkan variabel eksogen dengan variabel endogen dan model pengukuran yang memungkinkan peneliti untuk menggunakan lebih dari satu indikator yang mewakili satu variabel (Hair et. al 2010).

3.6.2.1. Tahapan Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Hair Jr. et. al (2019) dalam Junaidi (2021), terdapat 7 tahap dalam melakukan teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) ini, yaitu:

a) Pengembangan model berbasis teori

Dalam sebuah penelitian SEM, model penelitian merupakan dasar yang kuat dan didapat dari serangkaian eksplorasi ilmiah melalui tinjauan pustaka. Penelitian dengan menggunakan SEM bertujuan untuk mengkonfirmasi sebuah model teoritis dengan menggunakan data empirik. Peneliti memiliki kebebasan untuk dapat

menentukan hubungan antar variabel asalkan memiliki dasar teoritis yang kuat (Waluyo, 2016).

b) Pengembangan *diagram path*

Model teoritis yang sudah dibangun dengan kuat pada tahap pertama akan dituangkan dalam suatu diagram alur (*path diagram*). Diagram ini memiliki fungsi untuk mempermudah peneliti dalam melihat hubungan antar variabel apa yang akan diteliti (Waluyo, 2016).

c) Mengubah *path diagram* menjadi persamaan struktural dan model pengukuran

Langkah selanjutnya, peneliti dapat melakukan konversi *path diagram* ke dalam persamaan. Ada 2 rangkaian persamaan yaitu, persamaan struktural dan persamaan model pengukuran. Persamaan struktural merupakan persamaan yang menyatakan hubungan kausalitas anatar variabel. Sedangkan persamaan model pengukuran merupakan persamaan yang hanya melibatkan indikator dari tiap variabel yang akan diuji (Waluyo, 2016).

d) Memilih matriks *input* dan teknik melakukan estimasi

Matriks varian/kovarian merupakan data yang akan diolah dalam sebuah penelitian SEM untuk dijadikan sebagai estimasi. Matriks varian/kovarian dapat menyajikan perbandingan yang tepat dan valid antara populasi yang

memiliki sampel berbeda. Selain itu, ukuran sampel juga menjadi hal penting, Ukuran sampel 100-200 merupakan ukuran sampel yang tepat untuk teknik *maximum likelihood estimation* (ML). Teknik estimasi lain yang mungkin dapat digunakan adalah *unweighted least square estimation* (ULS), *scale free least square estimation* (SLS), *asymptotically distribution – free estimation* (ADF), *generalized least square estimation* (GLS).

e) Melakukan penilaian pada identifikasi masalah

Problem identification merupakan ketidakmampuan model penelitian untuk menghasilkan estimasi yang baik. *Problem* ini ditandai dengan muncul angka-angka eror yang negatif, matriks informasi yang seharusnya dihasilkan tidak ada, *standard error* yang sangat besar, dan muncul korelasi yang tinggi antar koefisien estimasi.

f) Melakukan evaluasi model

Evaluasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa model yang dipilih sudah memenuhi kriteria *goodness of fit*. Evaluasi tersebut dilakukan sebagai berikut,

- Melakukan kesesuaian dan uji statistik *Likelihood ratio chi-square statistic* (χ^2), *Root Mean Square Error Approximation* (RMSEA), *The Minimum Sample*

Discrepancy Function/Degree of Freedom (CMIN/DF), Tucker Lewis Index (TLI) dan Comparative Fit Index (CFI)

- Melakukan uji reliabilitas dan validitas

g) Interpretasi dan modifikasi pada model

Jika model estimasi memberikan hasil yang kurang baik (memiliki residual yang besar), peneliti dapat melakukan modifikasi pada model penelitian yang ingin dikembangkan. Melakukan modifikasi pada model penelitian ini juga harus didasarkan pada adanya dasar teoritis yang kuat.

3.6.2.2. Measurement Model (Outer Model)

Measurement model fit merupakan suatu metode pengukuran yang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel konstruk dengan masing-masing indikatornya berdasarkan pada nilai hasil uji validitas dan reliabilitas. Keputusan valid atau tidaknya suatu variabel dapat dilihat dari *loading factor* pada masing-masing indikatornya dalam tabel *estimate* pada bagian *standardized regression weight*. Suatu indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai *loading factor* $\geq 0,50$ menurut Byrne (2016) dalam Junaidi (2021). Semakin tinggi nilai *loading factor*-nya, maka semakin valid juga data yang sudah dikumpulkan.

Menurut Junaidi (2021), pengukuran pada *measurement model fit* juga memiliki tujuan untuk menilai adanya unidimensionalitas (yang menjadi dasar dari

perhitungan reliabilitas) dan reliabilitas dari suatu variabel. Hasil reliabilitas yang tinggi menandakan bahwa indikator-indikator yang mewakili tiap variabel konsisten dalam hal pengukuran. Pengukuran *measurement model* dilakukan dengan cara mengukur asumsi *construct reliability* dan *average variance extracted* untuk tiap variabel dalam penelitian. Aturan umum dari pengukuran ini adalah sebagai berikut:

- Tingkat *composite reliability* yang diterima adalah $\geq 0,60$
- Tingkat *average variance extracted* yang diterima adalah $\geq 0,50$ dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{factor loading})^2}{(\sum \text{factor loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

$$\text{Average Variance Extracted} = \frac{\sum \text{factor loading}^2}{\sum \text{factor loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

dimana:

- *Factor loading* diambil dari tabel *estimate* pada *standardized regression weight* dari tiap indikator-nya
- ϵ_j merupakan *measurement error* dari tiap indikator, dimana $\text{measurement error} = 1 - \text{factor loading}^2$

Tabel 3.4 Kriteria Measurement Model Fit

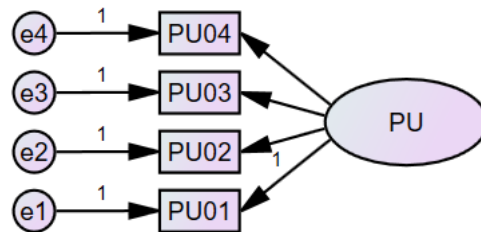
Jenis Uji	Indeks	Kriteria
Uji Validitas	<i>Loading Factor</i>	<i>Loading factor</i> $\geq 0,50$
Uji Reliabilitas	<i>Construct Reliability (CR)</i>	CR $\geq 0,60$
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	AVE $\geq 0,50$

Sumber: Junaidi (2021)

Dalam penelitian ini, terdapat 7 variabel yang terdiri dari 5 variabel eksogen yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, *perceived risk*, dan *convenience* serta 2 variabel endogen yaitu *attitude towards the service* dan *continuance intention to use*. Masing-masing dari variabel-variabel diwakili beberapa indikator pernyataan dengan total 26 indikator. Keseluruhan indikator tersebut, yang nantinya akan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut di bawah ini merupakan variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini.

1. *Perceived usefulness (PU)*

Measurement model pada penelitian ini memiliki empat indikator pertanyaan yang terdiri dari PU01, PU02, PU03, dan PU04. Berikut ini merupakan *measurement model* dari *perceived usefulness*.



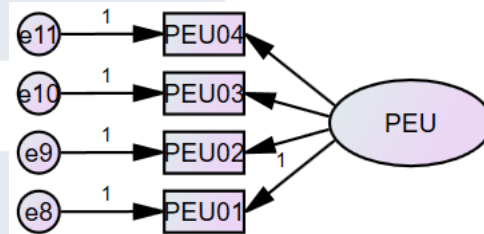
Gambar 3.5 *Measurement Model Perceived Usefulness*

Sumber: Data Peneliti, 2023

2. *Perceived ease of use (PEU)*

Measurement model pada penelitian ini memiliki empat indikator pertanyaan yang terdiri dari PEU01, PEU02, PEU03, dan PEU04.

Berikut ini merupakan *measurement model* dari *perceived ease of use*.

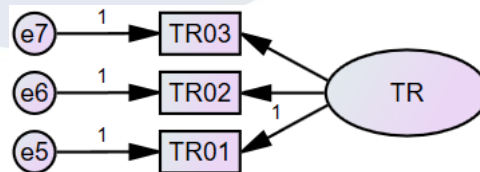


Gambar 3.6 Measurement Model Perceived Ease of Use

Sumber: Data Peneliti, 2023

3. Trust (TR)

Measurement model pada penelitian ini memiliki tiga indikator pertanyaan yang terdiri dari TR01, TR02, dan TR03. Berikut ini merupakan *measurement model* dari *trust*.

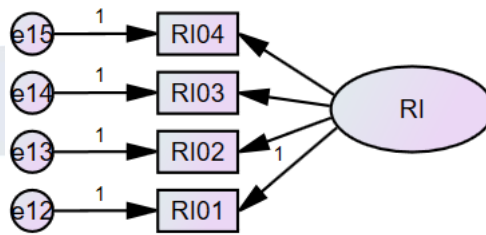


Gambar 3.7 Measurement Model Trust

Sumber: Data Peneliti, 2023

4. Perceived risk (RI)

Measurement model pada penelitian ini memiliki empat indikator pertanyaan yang terdiri dari RI01, RI02, RI03, dan RI04. Berikut ini merupakan *measurement model* dari *perceived risk*.

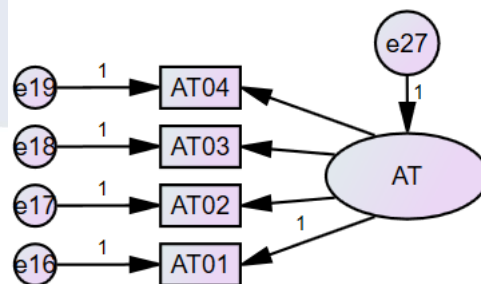


Gambar 3.8 Measurement Model Perceived Risk

Sumber: Data Peneliti, 2023

5. Attitude towards the service (AT)

Measurement model pada penelitian ini memiliki empat indikator pertanyaan yang terdiri dari AT01, AT02, AT03, dan AT04. Berikut ini merupakan *measurement model* dari *attitude towards the service*.

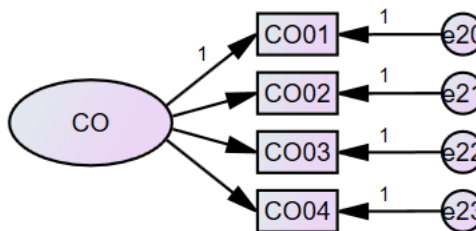


Gambar 3.9 Measurement Model Attitude Towards the Service

Sumber: Data Peneliti, 2023

6. Convenience (CO)

Measurement model pada penelitian ini memiliki empat indikator pertanyaan yang terdiri dari CO01, CO02, CO03, dan CO04. Berikut ini merupakan *measurement model* dari *convenience*.

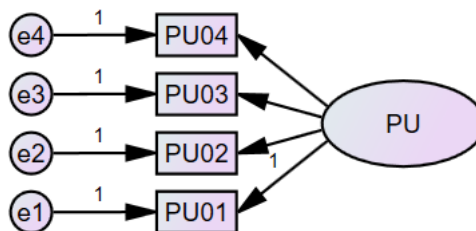


Gambar 3.10 Measurement Model Convenience

Sumber: Data Peneliti, 2023

7. Continuanse intention to use (CI)

Measurement model pada penelitian ini memiliki tiga indikator pertanyaan yang terdiri dari CI01, CI02, dan CI03. Berikut ini merupakan *measurement model* dari *continuanse intention to use*.



Gambar 3.11 Measurement Model Continuance Intention to Use

Sumber: Data Peneliti, 2023

3.6.2.3. Structural Model Fit (Inner Model)

Melakukan evaluasi terhadap kesesuaian dan kebaikan suatu model penelitian secara keseluruhan (*goodness of fit model*) atau disebut sebagai uji kelayakan model (Junaidi, 2021). Ada 3 jenis uji *goodness of fit* yaitu:

- *Absolute fit measure*, merupakan suatu pengukuran yang dilakukan untuk melihat seberapa baik suatu model yang ditentukan sehingga dapat menghasilkan data yang diperlukan secara keseluruhan.
- *Incremental fit measure*, merupakan suatu pengukuran yang dilakukan dengan membandingkan model yang diajukan dengan model yang dipilih oleh peneliti (*null model*).
- *Parsimonious fit measure*, merupakan suatu pengukuran yang dilakukan untuk mengukur kecocokan model yang dipilih.

Tiga jenis uji *goodness of fit* ini dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pengukuran. Menurut Junaidi (2021) ada 2 metode yang dapat digunakan untuk melakukan uji kelayakan model absolut, 2 metode yang dapat digunakan untuk melakukan uji kelayakan model *incremental*, dan 2 metode yang digunakan untuk melakukan uji kelayakan model *parsimonious*. Metode-metode tersebut adalah sebagai berikut:

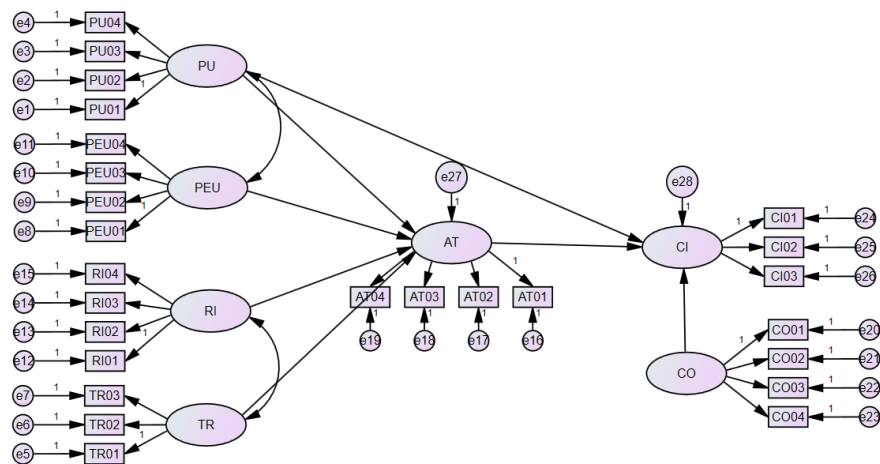
Tabel 3.5 Kriteria Structural Model Fit

<i>Goodness of Fit</i>	Jenis Ukuran	<i>Cut off Value</i>	Kriteria Uji
<i>Absolute fit measure</i>	<i>Likelihood-Ratio Chi Square</i> (X^2)	Diharapkan memiliki nilai <i>chi-square</i> yang kecil	<i>Good Fit</i>
	CMIN/df	<i>Chi-square</i> dibagi dengan <i>degree of freedom</i> < 5	<i>Reasonable Fit</i>
		<i>Chi-square</i> dibagi dengan <i>degree of freedom</i> < 2	<i>Good Fit</i>

	RMSEA (<i>Root Mean Square Error of Approximation</i>)	$RMSEA \leq 0,08$	<i>Good Fit</i>
<i>Incremental fit measure</i>	TLI (<i>Tucker-Lewis Index</i>)	$TLI > 0,90$	<i>Good Fit</i>
	CFI (<i>Comparative Fit Index</i>)	$CFI > 0,90$	<i>Good Fit</i>
<i>Parsimonious fit measure</i>	PNFI (<i>Parsimonious Normed Fit Index</i>)	$0,60 < PNFI < 0,90$	<i>Good Fit</i>
	PGFI (<i>Parsimonious Goodness of Fit Index</i>)	Nilai tinggi < 1	<i>Good Fit</i>

Sumber: Junaidi (2021)

Keseluruhan model dalam penelitian ini dapat dilihat dalam *path diagram* yang dihasilkan menggunakan *software* SPSS AMOS versi 24 seperti di bawah ini.



Gambar 3.12 *Path Diagram Model Penelitian*

Sumber: Data Peneliti, 2023

3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu prosedur yang dilakukan untuk memberikan keputusan mengenai diterima atau tidaknya suatu hipotesis dalam penelitian. Pengujian hipotesis ini menjadi bagian yang sangat penting dalam suatu penelitian. Hasil uji hipotesis ini kemudian menjadi dasar dari diambilnya suatu kesimpulan dan keputusan untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam

suatu penelitian (Akbar, 2015). Dalam penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan melihat *p-value* dan *standard coefficients*. *P-value* atau nilai probabilitas merupakan nilai yang digunakan untuk melihat hasil pengujian dengan mengasumsikan H0 adalah benar. H0 benar berarti tidak ada hubungan yang terjadi antara variabel eksogen dengan variabel endogen. *P-value* yang sering digunakan adalah 0,05 atau disebut juga dengan tingkat signifikan *alpha* (α) (Digital Polar, 2023). Keputusan diterima atau tidaknya H0 didasarkan pada dua hal yaitu:

- *P-value* < 0,05 H0 ditolak
- *P-value* > 0,05 H0 diterima

Di sisi lain, *standard coefficients* dari hasil uji hipotesis. *Standard coefficients* ini dapat dilihat dalam tabel *standardized regression weight* untuk melihat hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen dan tabel *correlation* untuk melihat hubungan antar variabel eksogen. Pada kedua tabel ini terdapat kolom *estimate*. Nilai yang muncul pada kolom ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif atau negatif pada variabel yang diuji. Jika kolom *estimate* menunjukkan nilai dengan tanda “-“ maka variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen secara negatif. Sedangkan, nilai tanpa tanda “-“ menunjukkan variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen secara positif.