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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode penelitian. Metode penelitian terdiri dari tentang obyek penelitian dan subyek penelitian, unit analisis, jenis penelitian, pengukuran variabel-variabel penelitian, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, teknik pembuatan kuesioner, sampel, model pengelolaan data dan analisis data. Bab ini merupakan dasar penulisan bab empat.

3.1 Unit Observasi

Obyek dalam penelitian ini adalah *Hypermarket* Hypermart Gading Serpong. Dalam memudahkan memperoleh responden sebagai subyek penelitian, serta menghemat waktu dan biaya, maka penelitian ini akan meneliti *Hypermarket* Hypermart Gading Serpong.

3.2 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah perorangan atau juga disebut individu. Unit analisis individu adalah jika data di peroleh dari masing-masing individu dan menggunakan masing-masing respon individu sebagai sumber data individu (Sekaran, 2006). Dalam penelitian ini unit analisis individu yang digunakan adalah seluruh masyarakat yang berada di Gading Serpong dan sekitarnya dengan syarat pernah berbelanja di Hypermart Gading Serpong. Alasan pemilihan masyarakat Gading Serpong adalah untuk menghemat waktu dan biaya, serta mempermudah peneliti dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

dalam penelitian karena penelitian dilakukan di kawasan Gading Serpong, tempat domisili peneliti.

3.3 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan karakteristik dari variabel-variabel diamati dan berusaha menggambarkan hubungan antar variabel (Sekaran, 2006). Dalam penelitian ini, berarti untuk mengetahui hubungan antara variabel *in-store logistic performance*, *store image*, *customer satisfaction,* dan *customer loyalty*. Lingkungan penelitian (*study setting)* bersifat *noncontrived,* yang artinya penelitian dilakukan di lingkungan alami tanpa manipulasi data dari peneliti (Sekaran, 2006).

3.4 Pengukuran Variabel-Variabel dalam Penelitian

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa variabel penelitian yaitu *in-store logistic performance*, *store image*, *customer satisfaction,* dan *customer loyalty*. Variabel adalah segala sesuatu yang dapat berupa nilai yang berbeda-beda. Nilai tersebut dapat berbeda dalam waktu yang berbeda untuk obyek yang sama atau waktu yang sama untuk obyek yang berbeda (Sekaran, 2006). Variabel dapat di jelaskan dalam dua cara yaitu secara konseptual dan operasional.

Secara konseptual berarti memberikan definisi dasar dari masing-masing variabel berdasar literatur. Secara operasional berarti mengukur konsep tersebut dengan melihat dimensi, segi, atau sifat yang diperoleh dari konsep tersebut (Sekaran, 2003) atau aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk mengukurnya (Hair, Andersen, dan Ortineau, 2004).

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

3.4.1 Definisi Konseptual dan Operasional

Variabel dijelaskan dalam definisi konseptual dan operasional. Definisi konseptual dan operasional dari masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 3.1:

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional

NO	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
1.	*In-Store Logistic Perfor-mance*	Bagaimana kinerja perusahaan dalam membuat suatu jaringan yang efektif dan efesien di dalam toko, sehingga toko tidak *over* atau *under stock* (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	*SHELF STOCK OUT* Ketidaktersediaan produk di rak untuk konsumen, meskipun ada stok yang cukup di gudang toko (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	Seluruh Produk Diisi Dengan Lengkap Produk Di Toko Tidak Lengkap Terdapat Seluruh Kebutuhan Konsumen	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)
			RETURNS Produk toko yang telah dibeli oleh konsumen dan dibawa kembali oleh konsumen untuk dikembalikan ke toko. (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	Tidak Memiliki Masalah Ketika Melakukan Pengembalian Barang Sangat Mudah Untuk Menukarkan Barang di Toko Terdapat Kesulitan Ketika Menukarkan Barang Terdapat Pengenaan Biaya ketikan Melakukan Penukaran Barang	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)

NO	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
1.	*In-Store Logistic Perfor-mance*	Bagaimana kinerja perusahaan dalam membuat suatu jaringan yang efektif dan efesien di dalam toko, sehingga toko tidak *over* atau *under stock* (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	*SHOPPING AIDS AND CONVENIENCE* Beberapa fasilitas yang diberikan oleh toko pada konsumen dalam pengalaman belanja, yang memiliki pengaruh terhadap persepsi pelanggan pada toko. (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	Plastik Yang Diberikan Toko Cukup Besar Tas Belanja (*Trolly)* Yang Disediakan Toko Cukup Besar Kasir Yang Disediakan Toko Sangat Cukup Jam Operasional Toko Sangat Tepat	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)
			PRODUCT ACCESBILITY Kenyamanan berbelanja dalam menemukan barang yang dicari dan kemudahan dalam mengambil produk. (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	Ketika melakukan pengisian barang, konsumen merasa terganggu Seluruh produk di toko dapat diambil dengan mudah Produk-produk di toko sulit untuk di jangkau	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)

NO	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
1.	*In-Store Logistic Perfor-mance*	Bagaimana kinerja perusahaan dalam membuat suatu jaringan yang efektif dan efesien di dalam toko, sehingga toko tidak *over* atau *under stock* (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	*INFORMATION* Berbagai jenis informasi produk yang digunakan dalam pengambilan keputusan pelanggan, seperti tanggal penjualan, karakteristik produk, ketersediaan yang diharapkan, dan informasi pemesanan. (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	Produk yang dijual di toko memiliki infomasi kadaluarsa Harga yang tertera pada produk dan pada saat pembayaran, terjadi perbedaan Toko memiliki informasi mengenai barang-barang yang habis Fitur-fitur informasi yang dimiliki toko dapat dimengerti Toko tidak memiliki informasi atas barang yang sudah habis	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)
2.	*Store Image*	Merupakan perpaduan berbagai sikap yang dimiliki konsumen tentang toko yang dihubungkan dengan apa yang diharapkan konsumen bila konsumen memilih suatu toko. (Sweeney, at al. 1998)	*MERCHANDISE* variasi produk dalam berbagai jenis merek yang berbeda, yang dijual di toko dengan kualitas produk sesuai standar toko. (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	Menawarkan Kualitas Yang Tinggi Menawarkan Produk Yang Lengkap Menyediakan Semua Merek Menyediakan Semua Produk Yang dibutuhkan	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)

NO	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
2.	*Store Image*	Merupakan perpaduan berbagai sikap yang dimiliki konsumen tentang toko yang dihubungkan dengan apa yang diharapkan konsumen bila konsumen memilih suatu toko. (Sweeney, at al. 1998)	*LAYOUT* Tata letak produk yang memudahkan konsumen dalam menemukan barang, serta pemberian tanda-tanda yang cukup dalam setiap bagian rak-rak toko. (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	Fasilitas Toko Menarik Tata Letak Yang Jelas Tata Letak Yang Rapih Dapat Menemukan Produk Dengan Mudah Memiliki Tampilan Yang Menarik Dapat Menemukan Barang Dengan Mudah	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)
			PERSONNEL Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh konsumen mengenai produk-produk toko. (Olfa, Allard, dan Janjaap, 2013)	Respon Karyawan Baik Karyawan Toko Memberikan Informasi Dengan Jelas Karyawan Memiliki Sikap Baik Dan Sopan Dapat Memberikan Solusi Yang Terbaik Untuk Konsumen	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)

NO	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
3	*Customer Satisfaction*	Menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan keller, 2006)		Konsumen memilih untuk belanja di toko ini Konsumen merasa puas karena belanja di toko ini Kecewa karena belanja di toko ini Toko ini adalah pilihan terbaik konsumen. Konsumen tidak merasa senang ketika berbelanja	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)
4	*Customer Loyality*	Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. (Oliver 1998)		Konsumen mau untuk mengajak teman atau keluarga untuk berbelanja di toko ini Mengatakan hal-hal positif atas toko ini Merekomendasi-kan untuk berbelanja di toko ini Toko ini adalah pilihan utama ketika berbelanja Akan berbelanja ke toko selama beberapa bulan kedepan	5 *Likert scale*	Olfa, Allard, dan Janjaap (2013)

3.4.2 Skala Pengukuran

Pengukuran variabel sangat penting dalam suatu penelitian dan kurangnya pengukuran variabel, menyebabkan kesulitan dalam menguji hipotesis dan mencari jawaban dalam penelitian (Sekaran, 2003). Salah satu cara untuk mengukur variabel-variabel adalah menggunakan skala. Skala adalah alat atau mekanisme di mana individu-individu sebagai unit analisis dibedakan satu dengan yang lain pada variabel penelitian (Sekaran, 2003). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *interval*. Skala *interval* adalah skala yang mengukur jarak antara dua titik atau masing-masing titik (Sekaran, 2003; Malhotra, 2004).

Jenis skala *interval* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert scale*. Skala likert menurut Malhotra (2004) adalah skala pengukuran dalam lima kategori jawaban dari "sangat tidak setuju" sampai "sangat setuju", di mana responden diminta menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan pada masing-masing rangkaian pernyataan yang berhubungan dengan obyek. Sedangkan menurut Sekaran (2003) dan Hair, Anderson, & Ortineau (2004), *likert scale* mengukur seberapa besar subyek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada lima titik skala. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Malhotra (2004) bahwa karakteristik dasar dari *likert scale* adalah suatu tingkat kesetujuan pada skala 1 (sangat tidak setuju) sampai skala 5 (sangat setuju). Mengacu pada pendapat para ahli tersebut, maka jumlah skala yang akan digunakan dalam kuesioner adalah lima skala yaitu dimulai dari skala pertama sampai kelima, "sangat tidak setuju", "tidak setuju", "netral", "setuju", "sangat setuju".

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

Keuntungan menggunakan skala Likert adalah mudah untuk dibuat dan dijalankan, serta responden lebih mudah untuk memahami penggunaan skala Likert (Malhotra, 2004; Tull dan Hawkins, 1993).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan digunakan dan diproses dalam analisis statistik dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah informasi yang diperoleh pertama kali oleh peneliti berdasar variabel penelitian. Salah satu sumber data primer adalah individu (Sekaran, 2006). Individu disini berarti seluruh masyarakat yang berada di Gading Serpong dan sekitarnya dengan syarat pernah berbelanja di Hypermart Gading Serpong, yaitu yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini. Data primer dapat memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode *survey* dengan menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner adalah teknik terstruktur untuk pengumpulan data yang terdiri dari rangkaian pertanyaan tertulis atau verbal yang dijawab responden (Malhotra, 2006). Kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika peneliti secara tepat mengetahui apa yang diminta dan bagaimana mengukur variabel diamati penelitian (Sekaran, 2006). Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data penelitian untuk kuantitatif (Schiffman dan Kanuk, 2004).

Kuesioner akan diberikan sendiri oleh peneliti langsung kepada para responden yang telah ditentukan (*personally administered questionnaires*). Ada beberapa keuntungan menurut Sekaran (2006) dengan memberikan kuesioner secara langsung oleh peneliti ke responden. Pertama, peneliti dapat

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

mengumpulkan semua jawaban lengkap dalam waktu yang singkat. Kedua, keraguan responden dalam menjawab pertanyaan dapat dijelaskan saat itu juga oleh peneliti. Ketiga, kuesioner yang diberikan sendiri oleh peneliti kepada responden dalam jumlah banyak pada waktu yang sama lebih murah dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Keunggulan lain adalah tingkat pengembalian kuesioner mendekati 100%.

3.6 Teknik Pembuatan Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang akan digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan (Istijanto, 2005). Dalam pembuatan kuesioner, jenis pertanyaan yang digunakan bersifat pertanyaan tertutup di mana pertanyaan yang ditanya sudah tersedia pilihan jawabannya dan responden tinggal memilih jawaban yang diinginkan. Alasan menggunakan pertanyaan tertutup adalah agar membantu responden memberi keputusan untuk memilih dengan cepat di antara beberapa pilihan yang tersedia. Kegunaan lainnya adalah membantu peneliti untuk memberi kode pada pilihan jawaban sehingga tidak memerlukan banyak waktu untuk menganalisis data dan lebih efisien dalam menanganinya dibandingkan dengan jenis pertanyaan terbuka (Kuncoro, 2003).

Jenis pertanyaan dalam kuesioner ini terdiri dari pertanyaan bersifat positif dan pertanyaan bersifat negatif. Penggunaan kalimat dalam pertanyaan bersifat positif merupakan kalimat yang bersifat positif. Contoh: Saya merasa puas, karena saya telah memilih untuk berbelanja di Hypermart Gading Serpong. Sedangkan penggunaan kalimat negatif dalam pertanyaan bersifat negatif. Contoh: Saya

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

tidak merasa senang ketika berbelanja digerai Hypermart Gading Serpong. Peneliti harus memberikan tanda "R" yang berarti *reverse* (terbalik) untuk pertanyaan yang bersifat negatif, sehingga peneliti dapat mengetahui pertanyaan yang ada di dalam kuesioner tersebut bersifat negatif (Malhotra, 2004). Peneliti akan melakukan *mirror statement* (pembalikan hasil) di mana untuk menghitung hasil dari jawaban bersifat negatif, dilakukan pembalikan nilai, misalnya jawaban responden sangat tidak puas maka itu berarti sangat puas, begitu juga sebaliknya (Malhotra, 2004).

Indikator dalam penelitian ini merupakan pinjaman dari penelitian yang dilakukan dalam bahasa asing maka perlu dilakukan *back translation* (translasi terbalik). Menurut Malhotra (2004) translasi terbalik adalah teknik yang dilakukan untuk menterjermahkan kuesioner dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia dan yang kemudian setelah dari bahasa Indonesia diterjemahkan lagi ke dalam bahasa Inggris.

Untuk menguji hasil yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, maka peneliti meminta pendapat dari seorang ahli untuk menterjemahkan kuesioner dari masing-masing variabel yang telah diterjemahkan oleh peneliti ke dalam bahasa Indonesia. Alasan penggunaan translasi terbalik adalah agar kesalahan translasi dapat di identifikasi (Malhotra 2004)

3.7 Desain Sample

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan sebagai bagian dari proses penelitian (Sekaran, 2006; Malhotra, 2004). Alasan penggunaan sampel adalah karena tidak mungkin memperoleh data dari jumlah anggota populasi yang

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

jumlahnya mencapai ribuan (Sekaran, 2006). Desain sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel non-probabilitas. Sampel non-probabilitas adalah di mana masing-masing elemen atau anggota dari populasi tidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel (Sekaran, 2006; Malhotra, 2004). Alasan penggunaan desain sampel non-probabilitas adalah faktor biaya dan waktu yang lebih hemat (Sekaran, 2006). Alasan lainnya karena ukuran sampel yang ambigu disebabkan ukuran sampel ditentukan berdasarkan pertanyaan penelitian dan tujuan dari penelitian tersebut sehingga kualitas kesimpulan teoritis yang dapat dibuat dari data yang dikumpulkan menggunakan sampel non-probabilitas yang digunakan untuk menilai sejauh mana generalisasi dapat dibuat (Saunders et al., 2007). Desain sampel non-probabilitas digunakan ketika hanya akan meneliti wakil dari suatu populasi (Schiffman dan Kanuk, 2004).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling. Convenience sampling* adalah pengumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang secara nyaman tersedia (Sekaran, 2006). Alasan penggunaan *convenience sampling* karena mudah dalam mendapatkan akses ke subjek, hemat biaya, cepat, dan nyaman (Sekaran, 2006). Subyek yang diakses sebagai responden adalah seluruh masyarakat yang berada di Gading Serpong dengan syarat pernah berbelanja di Hypermart Gading Serpong.

3.7.1 Penentuan Jumlah Sampel

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian mengacu pada pendapat ahli. Menurut pendapat Roscoe, ukuran sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk sebagian besar penelitian (Sekaran, 2010).

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

Jumlah sampel minimal dalam penelitian ini berjumlah 215 orang dimana jumlah sampel yang digunakan di kali lima jumlah indikator (Hair *et al.*, 2010). Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 43 indikator sehingga jumlah sampel minimal adalah 215 orang.

3.8 Mediating Variable

Menurut Sekaran dan Bougie (2010) *mediating variable* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela / antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

Menurut Preacher dan Hayes (2008), mediasi dibagi menjadi dua, yakni:

1. *Full Mediated*

   Dimana hubungan anatara variabel independen dengan variabel dependen tidak memiliki hubungan langsung. Hal ini dapat dilihat apabila hasil *direct effect* tidak signifikan sedangkan hasil *indirect effect* signifikan.

2. *Partial Mediated*

   Partial mediated menyatakan bahwa tidak hanya ada hubungan yang signifikan antara variabel mediator dan variabel dependen, tetapi juga beberapa hubungan langsung antara variabel independen dan dependen. Hal ini dapat dilihat apabila hasil *direct effect* dan *indirect effect* signifikan.

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

Untuk menentukan *full mediated* atau *partial mediated* dapat dilakukan dengan menggunakan tes sobel. Menurut Preacher dan Hayes (2008) metode untuk melakukan tes sobel adalah metode bootstrap yang dapat memberikan beberapa keuntungan untuk menguji sobel. Dengan menggunakan *bootsrap* dapat maka akan mendapatkan hasil *two tailed significance* untuk menentukan *direct effect* dan *indirect effect* signifikan atau tidak. Dinyatakan signifikan bila hasil *two tailed significance* P < 0,05.

3.9 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Perumusan masalah penelitian dijawab dengan cara analisis data yang telah diperoleh dari pengumpulan data. Bagian ini akan membahas mengenai uji keandalan dan uji validitas data pra-analisis, uji kehandalan dan uji validitas data analisis aktual, statistika deskriptif, dan statistika inferensial.

3.9.1 Metode *Structural Equation Modeling* (SEM)

Pada bagian ini akan dibahas dua tahap dasar dalam pemodelan SEM yaitu pertama adalah *measurement model* atau model pengukuran melalui *confirmatory factor analysis* dan yang kedua adalah *structural equation model* (SEM) atau model persamaan structural. Menurut Ferdinand (2002) model pengukuran adalah proses pemodelan dalam penelitian yang diarahkan untuk menyelidiki unidimensionalitas dari indikator-indikator yang menjelaskan sebuah faktor atau sebuah variabel laten. Kegunaan model pengukuran adalah digunakan untuk mengukur kuatnya struktur dari dimensi-dimensi yang membentuk sebuah faktor (Ferdinand, 2002).

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

Menurut Ferdinand (2002) dikatakan bahwa pada *confirmatory factor analysis*, seorang peneliti ingin menggunakan variabel-variabel yang diteliti untuk mendefinisikan sebuah faktor yang tidak dapat diukur secara langsung. Analisis atas indikator-indikator yang digunakan itu memberi makna atas label yang diberikan pada variabel laten atau faktor laten yang di konfirmasi itu. Model pengukuran dilakukan untuk baik variabel laten independen maupun variabel laten dependen.

Metode *structural equation model* (SEM) atau model persamaan struktural merupakan model pengukuran yang sering digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel pemasaran dan penelitian tentang konsumen. Model persamaan struktural dapat menganalisis variabel laten (*unobserveable variable*), yaitu variabel yang nilainya tersembunyi (*latent*), di mana nilai variabel laten dapat diperoleh dari pengukuran variabel lain yang dapat diamati secara langsung yang disebut sebagai variabel *manifest* (*observeable variable*) atau indikator (Wijanto, 2008)

Metode SEM adalah sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit, secara simultan (Ferdinand, 2002). Hubungan yang rumit itu dapat dibangun antara satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Masing-masing variabel dependen dan independen dapat berbentuk faktor atau konstruk, yang dibangun dari beberapa variabel indikator. Menurut Hair *et al.* (2010) model persamaan struktural dapat mengestimasi suatu rangkaian variabel secara terpisah tapi saling bergantung.

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

Penelitian ini mengaplikasikan SEM. Ada tiga alasan penggunaan SEM. Pertama, seorang peneliti menghadapi pertanyaan penelitian berupa identifikasi dimensi-dimensi sebuah konsep atau konstruk dan pada saat yang sama peneliti ingin mengukur hubungan antar faktor yang telah diidentifikasikan dimensi-dimensinya. Kedua, mampu menampilkan sebuah model komprehensif bersamaan dengan kemampuannya untuk mengkonfirmasi faktor dari sebuah konsep melalui indikator-indikator empiris. Terakhir, kemampuan SEM untuk mengukur pengaruh antar faktor yang secara teoritis ada (Wijanto, 2008).

SEM dapat juga dikatakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi berganda. Analisis faktor adalah pendekatan statistika yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan timbal-balik di antara sejumlah besar variabel-variabel dan menjelaskan variabel-variabel ini kedalam faktor yang umum. Tujuan dari analisis faktor adalah mencari jalan keluar untuk menyingkatkan informasi yang ada di dalam variabel asli ke dalam faktor-faktor yang lebih kecil dengan meminimumkan kehilangan informasi (Hair *et al.,* 1998).

Alasan penggunaan SEM daripada regresi dalam penelitian ini. Pertama, komponen-komponen dari model yang besar cocok secara simultan, jadi peneliti dapat mencoba sekali untuk semua hubungan jalur langsung dan tidak langsung. Kedua, menggabungkan analisis faktor untuk mengambil keuntungan dari hubungan korelasi antara variabel (Churchill dan Iacobucci, 2005).

3.9.2 Model Persamaan Struktural

Model persamaan struktural (*structural equation model*s) terdapat hubungan antara variabel *manifest* dan variabel *latent*, di mana variabel *manifest* atau

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

disebut indikator merupakan variabel pembentuk atau yang menjelaskan variabel *latent* atau konsep atau disebut juga faktor. Sedangkan hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten lainnya, berupa pengaruh dari variabel laten bebas (*independent latent variable*) atau variabel laten penyebab (*exogenous latent variable*) terhadap variabel laten terikat (*dependent latent variable*) atau variabel laten akibat (*endogenous latent variable*).

Data yang telah siap dianalisis dengan menggunakan model persamaan struktural untuk menganalisis bagaimana hubungan antara variabel penelitian terdiri dari variabel indikator, variabel laten, dan variabel penyimpangan (*error*) yang terjadi dalam pengukuran.

Model persamaan struktural dapat menganalisis bagaimana hubungan antara variabel indikator dengan variabel latennya, atau disebut persamaan pengukuran (*measurement equation*), dan hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten lainnya, atau disebut persamaan struktural (*structural equation model*).

Tahapan awal dari analisis model persamaan struktural adalah penggambaran model penelitian dalam bentuk diagram jalur atau disebut tahap spesifikasi model. Tahapan spesifikasi model pada dasarnya merupakan suatu proses formulasi teori-teori kausalitas (Bachrudin dan Tobing, 2003).

Setelah melalui studi literatur, dilakukan *causal ordering* pada semua variabel yang telah dirumuskan kemudian dibuat dalam diagram kausal. Spesifikasi model digambarkan dalam diagram jalur berupa diagram kausal dari variabel-variabel yang dianggap relevan untuk diteliti.

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

3.9.3 Uji Kesesuaian Model

Sebelum keluaran (*output*) sebagai hasil interpretasi program Amos dapat digunakan, penting untuk diketahui apakah model yang digunakan sudah sesuai untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Untuk itu dilakukan pengujian kesesuaian model dengan data menggunakan kriteria kesesuaian model *root mean square error of approximation* atau RMSEA, *goodness of fit index* atau GFI, *adjusted goodness of fit index* atau AGFI, dan indeks CMIN/DF.

Root Mean Square Error of Approximation atau yang sering disebut RMSEA adalah metode pengukuran yang dipakai untuk menguji apakah sebuah model itu sudah sesuai atau tidak untuk digunakan dalam penelitian. Kriteria untuk indeks RMSEA menyatakan bahwa apabila nilai RMSEA lebih dari 0,1 maka model tidak sesuai untuk digunakan. Nilai RMSEA di bawah 0,05 menandakan *close fit*, dan nilai dibawah 0,08 atau sama dengan 0,05 menunjukan *good fit* (Brown dan Cudeck, 1993 dalam Wijanto)

GFI adalah membandingkan model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali (Tanaka dan Huba, 1985 dalam Wijanto). GFI berguna untuk melihat apakah suatu variabel eksogen mampu menjelaskan variabel endogennya. GFI merupakan indeks kecocokan model dimana nilai indeks berkisar antara 0 sampai 1. Untuk keperluan praktis, suatu model dikatakan dapat diterima jika nilai indeks lebih besar atau sama dengan 0,90 (Tanaka dan Huba, 1985 dalam Wijanto).

AGFI adalah Perluasan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio antara *degree of freedom* dari *nul/independece/baseline model* dengan *degree of freedom*

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

dari model yang dihipotesiskan atau diestimasi. Tingkat yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai indeks lebih besar dari atau sama dengan 0,90 (Joreskog dan Sorbom, 1989 dalam Wijanto)

Indeks CMIN/DF diperoleh dari *minimum sample discrepancy function* (CMIN) dibagi dengan *degree of freedom* (DF). Indeks CMIN/DF juga merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat kesesuaian atau *fit*-nya sebuah model. Nilai indeks CMIN/DF yang dapat diterima adalah kurang dari 2,0 atau bahkan kadang kurang dari 3,0, ini merupakan indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data (Arbuckle, 1997).

3.9.4 Uji Validitas

Uji validitas data adalah suatu uji untuk melihat bagaimana pemahaman responden terhadap kuesioner yang akan diberikan, pertanyaaan pertanyaan dalam kuesioner dibuat sebaik mungkin agar responden mengerti apa yang terdapat dalam kuesioner sehingga jawaban yang diberikan benar benar mencerminkan keadaan sesungguhnya.

Pengertian lain dari uji validitas adalah suatu tingkatan di mana perbedaan nilai suatu alat ukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya di antara individu, kelompok, atau situasi dalam karakteristik yang hendak diukur.

Uji validitas diukur dapat di lihat dari *loading factor* dengan syarat yang harus dipenuhi, dimana *loading factor* harus signifikan, oleh karena itu *loading factor* yang signifikan bisa jadi masih rendah nilainya, maka *standardized loading factor* harus sama dengan 0,5 atau lebih dan idealnya harus 0,70 (Imam Ghozali, 2011)

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

3.9.5 Uji Reliabilitas

Setiap indikator yang dibuat harus dapat mengukur variabel yang dimaksudkan untuk diukur dengan akurat. Suatu pengukuran mungkin akurat atau layak tapi tidak konsisten atau andal, dan sebaliknya suatu pengukuran dapat saja konsisten dan andal tapi tidak akurat. Jadi reliabilitas gabungan dan reliabilitas indikator adalah dua hal yang berbeda tapi ada dalam kondisi yang saling terkait.

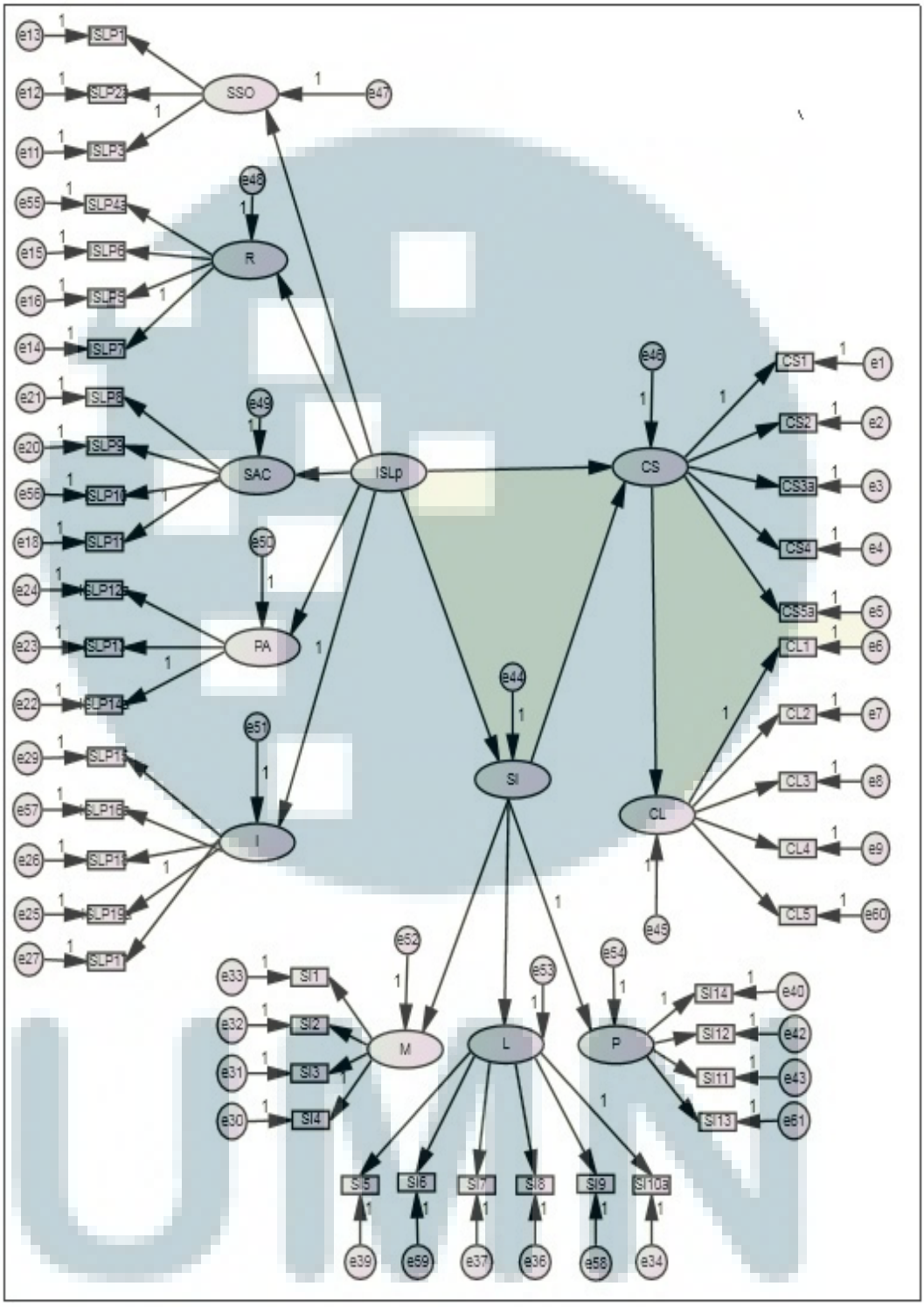
Uji reliabilitas indikator pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan nilai *standardized regression weights* atau koefisien jalur yang didapatkan dari *output* Amos. Menurut Hair (2010) sebuah variabel dapat dikatakan valid atau layak apabila dari analisis terhadap 100 responden sampel memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,6 atau lebih. Nilai signifikansi hasil perhitungan atau disebut juga nilai kemungkinan atau *p-value* dan nilai *critical ratio* (CR) pada analisis model persamaan struktural akan menjadi acuan dalam mengetahui tingkat signifikansi dan validitas indikator.

3.9.6 Diagram Jalur (*Path Diagram*)

*G*abungan dari variabel laten dan variabel teramati yang terkait digambarkan dengan diagram jalur/ *path diagram* dibawah ini:

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

Gambar 3.1 *Path Diagram*



Sumber: Pengelolaan Data

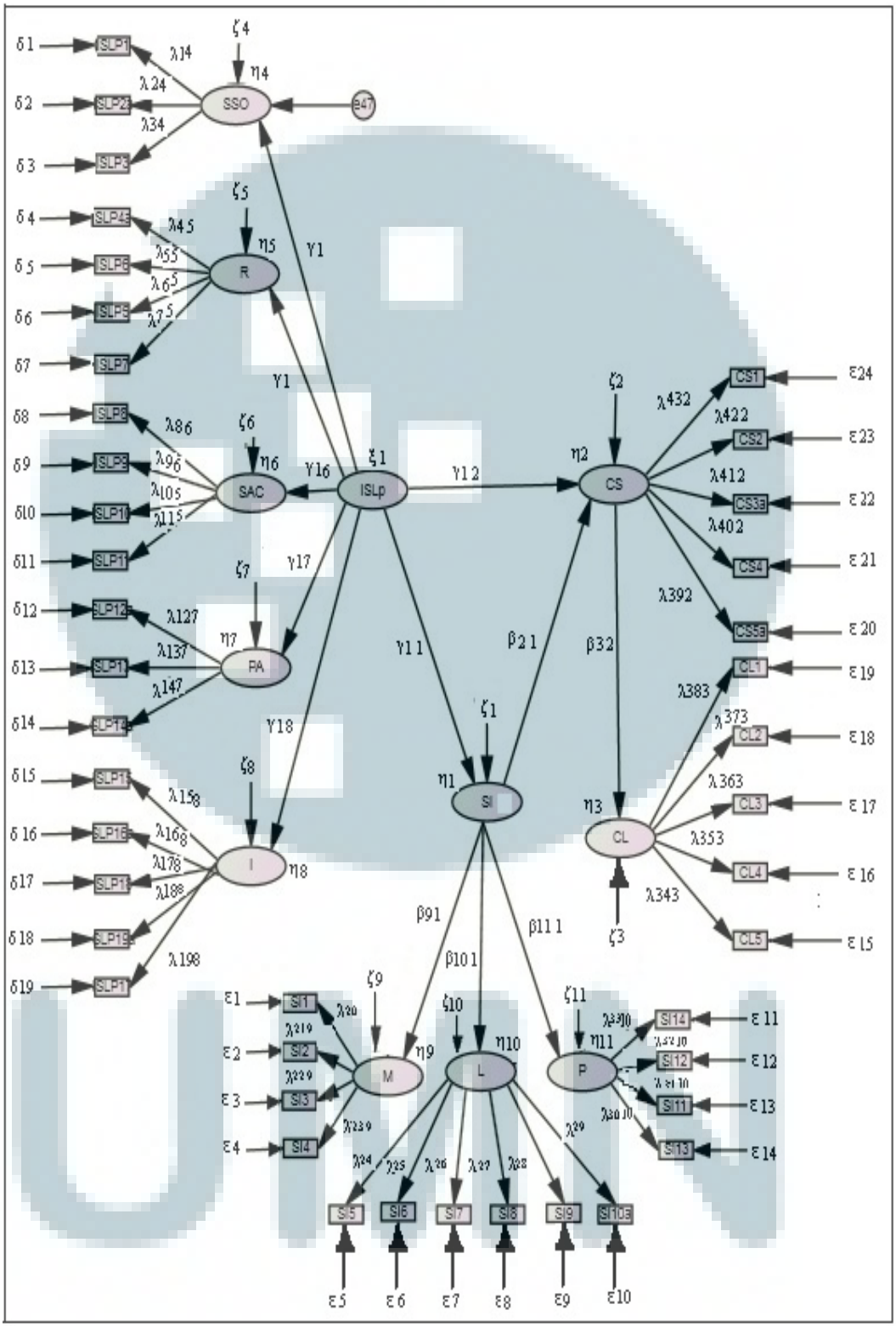
3.9.7 Model Struktural

Setelah dapat dipastikan melalui pembuktian ada tidaknya pengaruh dan hubungan antar variabel, diperoleh besarnya hubungan dari tiap variabel *manifest* dengan variabel laten dan nilai-nilai hubungan variabel laten yang satu dengan variabe laten lainnya. Menurut Hair et al (2010) Model persamaan struktural dapat mengestimasi suatu rangkaian variabel secara terpisah tapi saling bergantung.

Analisis pada model persamaan struktural turut memperhitungkan variabel sisa (*residual variable*) atau disebut *error* yang dinotasikan dengan delta (δ), epsilon (ε), dan zeta (ζ). Dalam teknik multivariat model persamaan struktural terdapat dua jenis penyimpangan (*error*), yaitu penyimpangan struktural (*structural error*) dan penyimpangan pengukuran (*measurement error*). Penyimpangan pengukuran dilambangkan dengan delta dan epsilon, sedangkan penyimpangan struktural dilambangkan zeta. *Delta* adalah penyimpangan atau variabel sisa (*residual variable*) sebagai akibat dari pengukuran indikator yang membentuk faktor atau variabel bebas, *epsilon* adalah penyimpangan atau variabel sisa sebagai akibat dari pengukuran indikator yang membentuk faktor atau variabel terikat, dan *zeta* adalah penyimpangan atau variabel sisa yang terjadi sebagai akibat dari hubungan struktural antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pengaruh In..., Daniel, FB UMN, 2014

Gambar 3.2 Model Struktural



Sumber: Pengelolaan Data