

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian menggunakan metode lapangan (*Field Research*) sebagai pendekatan yang diterapkan dalam penelitian. *Field Research* merupakan jenis penelitian yang mengkaji antara kondisi lingkungan penelitian yang natural dan tingkat minimum keterlibatan peneliti.<sup>1</sup> Peneliti menggunakan data primer dalam studi ini. Data primer merupakan informasi atau data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui perantara. Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk menjawab dan menggali opini individual atau kelompok, melakukan observasi terhadap objek fisik, peristiwa atau aktivitas tertentu serta hasil pengujian.<sup>2</sup> Penelitian lapangan ini melakukan penyebaran angket kepada studi kasus yang telah ditentukan, yang bertujuan untuk memperoleh data yang konkrit dan sesuai, mengenai adanya pengaruh *Social Presence* terhadap pembelian Impulsif pada *Live Streaming* TikTok Shop.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif melibatkan proses pengumpulan, analisis, dan penyajian data berdasarkan kuantitas atau jumlah secara objektif dengan tujuan untuk mengatasi suatu isu atau menguji hipotesis dengan maksud mengembangkan prinsip-prinsip umum.<sup>3</sup> Metode penelitian kuantitatif umumnya melibatkan pemilihan sampel secara acak, penggunaan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data, analisis data menggunakan pendekatan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Pendekatan kuantitatif juga sering disebut sebagai metode ilmiah, hal tersebut dikarenakan telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang bersifat konkrit,

---

<sup>1</sup> Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, 1st ed. (Yogyakarta: BPFE, 2002), 92.

<sup>2</sup> Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, 146-147.

<sup>3</sup> Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Untuk SPSS* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2019), 3.

empiris, objektif, terukur, rasional dan terstruktur secara sistematis.<sup>4</sup>

## B. *Setting* dan Penelitian

*Setting* penelitian mendeskripsikan mengenai waktu dan lokasi yang akan dilakukan peneliti. Lokasi yang dijadikan sebagai objek responden penelitian yang berada di wilayah kabupaten Jepara yang terdiri dari 16 Kecamatan.<sup>5</sup> Waktu yang akan dialokasikan peneliti untuk melakukan penelitian setelah dikeluarkannya ijin penelitian yang disesuaikan dengan kecukupan data yang telah terpenuhi.

Penelitian menggunakan responden pengguna TikTok pada masyarakat Kabupaten Jepara yang pernah belanja disaat toko melakukan *Live Streaming*. Data penelitian diperoleh dan terkumpul melalui distribusi kuesioner menggunakan *Google Form* kepada para partisipan.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merujuk pada kumpulan objek atau subjek yang memiliki kualitas atau karakteristik khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk diinvestigasi dan hasil penelitian ini kemudian digunakan untuk membuat kesimpulan. Cakupan populasi tidak hanya manusia, tetapi juga objek atau elemen alam lainnya yang memiliki ciri atau sifat yang berhubungan dengan subyek atau obyek yang sedang diteliti.<sup>6</sup> Penelitian ini menggunakan populasi masyarakat Kabupaten Jepara yang berjumlah 1.184.947 jiwa.<sup>7</sup>

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari keseluruhan populasi yang dipilih untuk digunakan dalam studi

---

<sup>4</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Shidiq, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 18.

<sup>5</sup> *Data Badan Pusat Statistik Jepara*, diakses tanggal 1 mei 202 pada jam 21.06.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2004), 72.

<sup>7</sup> BPS Kabupaten Jepara, "Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Kecamatan Di Kabupaten Jepara," n.d.

penelitian.<sup>8</sup> Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh suatu populasi, atau sekelompok kecil dari sebuah populasi yang diambil dengan tata cara tertentu sehingga dapat mewakili seluruh populasi. Sampel yang diambil harus sepenuhnya representatif dan dapat mewakili populasi.<sup>9</sup>

Penelitian menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling* dengan metode *sampling insidental*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *sampling insidental* adalah teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel bila dipandang cocok sebagai sumber data.<sup>10</sup> Peraturan dan syarat yang diterapkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Responden merupakan masyarakat Kabupaten Jepara.
- b. Berusia diatas 18 tahun.
- c. Responden telah melakukan pembelian saat live streaming pada TikTok.

Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan pengambilan sampel dari populasi. Ketika populasi terlalu besar dan keterbatasan seperti dana, sumber daya manusia, dan waktu tidak memungkinkan peneliti untuk memeriksa setiap anggota populasi, maka peneliti menggunakan sampel yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi. Jumlah populasi yang pasti tidak teridentifikasi jumlahnya, sehingga sampel diambil dengan memanfaatkan rumus dikembangkan oleh *Lemeshow* adalah sebagai berikut :<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2016).

<sup>9</sup> Siyoto dan Shidiq, *Dasar Metodologi Penelitian*, 64.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), 65-67.

<sup>11</sup> Mochammad Ronaldi Aji Saputra, Fitria Idham Chalid, and Heri Budiarto, *Metode Ilmiah Dan Penelitian :Kuantitatif, Kualitatif Dan Kepustakaan* (Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2023), 93.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Skor z 95% adalah 1,96

P = Maksimal estimasi 0,5

d = Tingkat Kesalahan 10% atau 0,1

Mengacu pada penjelasan rumus tersebut, maka cara menghitung jumlah sampel pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Jumlah responden yang dihasilkan dari perhitungan adalah 96 orang, sehingga peneliti membulatkan jumlah sampel penelitian menjadi 160 responden yang telah memenuhi ketentuan yang sudah ditentukan. Analisis SEM berdasar pada *large sample size terory*, sehingga jumlah sampel yang besar sangat kritis untuk mendapat estimasi parameter yang tepat.<sup>12</sup> Analisis SEM membutuhkan sampel sebanyak paling sedikit 5 kali jumlah variabel parameter yang akan dianalisis. Penelitian dengan 15 parameter membutuhkan sampel sebanyak 15x5 atau 75 sampel, apalagi dalam pengujian chi square model SEM yang sensitif terhadap jumlah sampel,

---

<sup>12</sup> Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017),69.

dibutuhkan sampel yang baik sekitar 100-200 sampel untuk teknik *maximum likelihood estimation*.<sup>13</sup>

#### D. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian mencakup semua elemen yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari, dengan tujuan memperoleh informasi yang diperlukan sehingga dapat ditarik kesimpulan.<sup>14</sup>

##### 1. Variabel Bebas (Variabel Independent)

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab perubahan atau variabel yang mempengaruhi atau timbulnya variabel terikat.<sup>15</sup> Keterkaitan antar variabel juga dapat dilihat dari kedudukan variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen merupakan variabel yang memiliki kemampuan mempengaruhi namun tidak dapat terpengaruh oleh variabel lain.<sup>16</sup> Penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. *Social Presence of broadcaster* (X1)
- b. *Social Presence of Viewers* (X2)
- c. *Social Presence of Live Streaming* (X3)

##### 2. Variabel Terikat (variabel Dependen)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang terpengaruh atau dipengaruhi variabel independen atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>17</sup> Hubungan antar variabel juga dapat diamati dari variabel endogen. Variabel endogen adalah variabel yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh variabel lain.<sup>18</sup> Penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah *Impulse buying in Live Streaming* (Y).

---

<sup>13</sup> Agusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014),173.

<sup>14</sup> I made Indra dan Ika Cahyaningrum, *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2019), 1.

<sup>15</sup> Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 52.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 326.

<sup>17</sup> Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, 52.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*,326.

3. Variabel Intervening atau Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang menjadi variabel antara variabel independen (bebas) dan dependen (terikat), sehingga sebelum variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, maka melalui variabel mediasi terlebih dahulu.<sup>19</sup> Fungsi penempatan variabel mediasi adalah untuk menjelaskan pengaruh tidak langsung antara variabel independen dan variabel dependen.<sup>20</sup> Penelitian ini mediasi yang digunakan adalah *Pleasure (Z)*.

**E. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah bagian yang menjelaskan suatu konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada indikator dari suatu konsep. Indikator dapat berupa perilaku, aspek, sifat maupun karakteristik. Definisi operasional menekankan pada hal-hal yang dijadikan sebagai ukuran atau indikator dari suatu variabel, dan ukuran tersebut tidak abstrak, tetapi sudah diukur.<sup>21</sup>

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1.	<i>Social Presence of Broadster</i>	<i>Social presence of broadcaster</i> mengarah pada sejauh mana pelanggan mempresepsikan interaksi langsung dengan penyiar atau host live dalam siaran langsung.	a. Saya dapat memahami sikap Host Live dengan berinteraksi dengan mereka dalam <i>Live Streaming</i> . b. Ada rasa kedekatan ketika saya berkomunikasi	Mingwei Li,dkk (2022)

<sup>19</sup> Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: Grasindo, 2005), 55.

<sup>20</sup> Iin Rosini, *Metode Penelitian Akuntansi Kuantitatif Dan Kualitatif* (Indramayu: Adanu Abimata, 2023),65.

<sup>21</sup> Juliansyah Noor, *Metode Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2017), 97.

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
			si denga penyiar di <i>Live Streaming</i> . c. Komunikasi dengan penyiar dalam <i>Live streaming</i> berlangsung secara hangat.	
2.	<i>Social Presence of Viewers</i>	<i>Social Presence of Viewers</i> mengacu pada sejauh mana pelanggan mempresepsikan kehadiran pelanggan lain dalam <i>live streaming</i> .	a. Saya menengahui penonton lain yang tertarik dengan produk secara <i>Live Streaming</i> . b. Saya mengetahui pemirsa lain yang membagikan informasi produk <i>Live Streaming</i> . c. Saya mengetahui pemirsa lain yang telah membeli produk secara langsung saat <i>Live Streaming</i> .	Mingwei Li,dkk (2022)
3.	<i>Social Presence of Live Streaming</i>	<i>Social Presence of Live Streaming</i> mengacu pada kemampuan	a. Ada rasa kontak manusia dalam	Mingwei Li,dkk (2022)

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
		streaming langsung untuk menyampaikan perasaan kontak manusia, keramahan, kehangatan dan kepekaan.	belanja <i>live streaming</i> . b. Ada rasa kepriabadian dalam belanja <i>Live Streaming</i> . c. Ada rasa keramahan dalam belanja <i>Live Streaming</i> .	
4.	<i>Pleasure</i>	<i>Pleasure</i> adalah keadaan emosi mulai dari sangat tidak bahagia sampai yang paling bahagia.	a. Senang-Kesal. b. Puas-Tidak Puas. c. Tertarik-Bosan.	Mehrabian dan Russel (1974).
5.	<i>Impuls Buying on Live Streaming</i>	Pembelian impulsif merupakan pembelian yang terjadi ketika seseorang konsumen mengalami dorongan yang tiba-tiba, seringkali kuat, dan terus menerus membeli sesuatu.	a. Mengalami dorongan tiba-tiba. b. Tidak berniat membeli sebelum melihatnya. c. Ingin membeli meskipun awalnya tidak terencana. d. Dorongan untuk membeli yang kuat.	Beatty dan Ferrel (1998).

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah langkah atau proses yang dilakukan peneliti untuk menghimpun dan



memeriksa data yang diperlukan.<sup>22</sup> Penyebaran kuesioner atau angket digunakan dalam pengumpulan pada penelitian ini. Kuisisioner adalah alat atau instrumen dalam penelitian yang terdiri dari sejumlah pertanyaan atau jenis panduan dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dari partisipan atau responden.<sup>23</sup> Skala pengukuran instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Skala likert adalah metode pengukuran yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi seseorang terhadap suatu objek atau fenomena tertentu.<sup>24</sup> Skala likert terdiri dari 5 opsi atau pilihan jawaban yang dapat pilih oleh responden, yaitu sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) = 5 Skor
2. Setuju (S) = 4 Skor
3. Netral (N) = 3 Skor
4. Tidak Setuju (TS) = 2 Skor
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Skor

#### G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data adalah proses untuk memecahkan masalah menjadi komponen-komponen khusus. Analisis data adalah upaya mengolah data yang telah ada menjadi suatu informasi, sehingga sifat atau ciri-ciri data menjadi lebih mudah dipahami dan dapat memberikan jawaban yang berkaitan dengan penelitian.<sup>25</sup> Pendekatan analisis data yang diterapkan dalam penelitian adalah menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* yang diolah menggunakan program AMOS 22.0. *Structural Equation Modeling (SEM)* adalah metode statistika multivariat yang menggabungkan elemen analisis faktor dan analisis regresi, yang tujuan utamanya adalah menguji dan memahami hubungan antar variabel dalam suatu

---

<sup>22</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 159.

<sup>23</sup> Teddy Chandra dan Priyono, *Statistika Deskriptif* (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2022), 48.

<sup>24</sup> Syofiyani Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), 25.

<sup>25</sup> Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3X Baca* (Sleman: DEEPUBLISH, 2019), 103.

penelitian, baik itu antar indikator dengan konstruknya atau antar konstruk itu sendiri.<sup>26</sup>

Alasan menggunakan analisis SEM karena keunggulannya yang dapat mengkonfirmasi dimensi-dimensi yang sering digunakan dalam manajemen dan kemampuan SEM dalam mengukur pengaruh variabel secara teoritis. Penggunaan AMOS disebabkan karena kemampuannya memperkirakan koefisien yang yang tidak diketahui dari persamaan struktural linier, memuat pengukuran error dari variabel, mengukur efek langsung dan tidak langsung variabel, dan memuat hubungan sebab akibat yang timbal balik, persamaan (Similarity) dan interdependensi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji instrumen menggunakan uji validitas dan realibilitas, analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan aplikasi AMOS 22.0 yang akan dijabarkan sebagai berikut :

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis suatu statistik hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas atau generalisasi.<sup>27</sup> Penelitian ini memanfaatkan skala likert dengan rentang nilai 1 sampai 5 untuk memperjelas dan mempermudah kategori skala dalam menganalisis pertanyaan berdasarkan mean (rata-rata) yang diperoleh dari responden.

#### 2. Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah metode untuk menilai sejauh mana suatu instrumen pengukuran, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur yang perlu diukur. Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau tidaknya kuisioner.<sup>28</sup> Peneliti menggunakan uji validitas dengan melakukan uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) menggunakan bantuan software

---

<sup>26</sup> Singgih Santoso, *Konsep Dasar Dan Aplikasi SEM Dengan AMOS 24* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), 14.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 21.

<sup>28</sup> Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Jakarta: Guepedia, 2021),7.

AMOS 22.0. *Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)* adalah metode yang digunakan dalam SEM untuk menentukan apakah variabel indikator secara valid membentuk variabel laten yang diteliti. CFA digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator berbentuk konstruk atau variabel laten.<sup>29</sup> Data responden yang telah dikumpul akan diolah dan dianalisis menjadi bahan dasar dalam pembahasan hasil penelitian. Matrik yang digunakan untuk melihat validitas instrumen menggunakan CFA yaitu data dianggap sah jika *cross loading factor* memiliki nilai  $> 0.50$  dalam analisis CFA.<sup>30</sup>

b. Uji Reliabilitas

*Reliability* adalah indikator sejauh mana suatu konstruk memiliki konsistensi internal suatu konstruk. Hasil reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator individu konsisten dengan pengukuran keseluruhan.<sup>31</sup> Cara mengukur indikator yang dapat menggambarkan konstraknya, dilakukan pengukuran reliabilitas dengan rumusan sebagai berikut :

$$CR = \frac{(\sum std\ loading)^2}{(\sum std\ loading)^2 + \sum \epsilon}$$

Perhitungan reliabilitas konstruk dengan koefisien positif pada *loading* dapat diabaikan, karena ukuran reliabilitas adalah  $> 0.07$ .<sup>32</sup>

c. Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian jenis kuantitatif mengacu pada pernyataan sementara tentang indeks yang dianggap benar dinyatakan benar pada suatu waktu tertentu. Hipotesis adalah respon awal terhadap

<sup>29</sup> Sutarno, *Uji Kuesioner Penelitian Sumber Daya Manusia (Aplikasi SPSS Dan AMOS)* (Surakarta: UNISRI Press, 2021), 92.

<sup>30</sup> Edi Supriyadi, *SPSS+AMOS Statistical Data Analysis* (Jakarta: In Media, 2014).

<sup>31</sup> Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017), 67.

<sup>32</sup> Syamsul Bahri and Fakhry Zamzam, *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM AMOS* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2014), 37.

rumusan masalah yang bertujuan untuk menjelaskan penelitian. Secara statistik hipotesis adalah suatu pernyataan tentang kondisi populasi yang dilakukan pengujian untuk mengetahui kebenarannya berasal dari informasi yang didapatkan disampel penelitian.

Terdapat 7 langkah yang harus dilakukan untuk membuat permodelan yang lengkap menggunakan SEM, antara lain sebagai berikut :

- a. Pengembangan model berbasis teoritis didasarkan pada kausalitas, perubahan satu variabel diperkirakan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. kekuatan asumsi peneliti tentang hubungan kausalitas anatara kedua variabel tidak bergantung pada metode analisis yang digunakan, tetapi lebih pada justifikasi pembenaran teoritis yang mendukung analisis tersebut.<sup>33</sup>
- b. Membuat diagram jalur (*path diagram*) yang melibatkan pembentukan hubungan sebab-akibat dengan menggunakan gambaran grafis dan menyusun persamaan struktural yang sesuai. Pengembangan model struktural ada dua langkah yang perlu diambil. Pertama, mengaitkan konstruk laten baik yang bersifat endogen maupun eksogen. Kedua, menyusun model pengukuran dengan mengaitkan konstruk laten endogen dan eksogen dengan variabel indkator.<sup>34</sup>
- c. Merubah representasi grafis diagram jalur kedalam bentuk persamaan struktural. Tahapan selanjutnya setelah merancang model berdasarkan teori dan membuat diagram jalur, peneliti dapat melakukan pengubahan diagram jalur menjadi persamaan struktural. Persamaan regresi dinyatakan dalam persamaan berikut :<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017), 59.

<sup>34</sup> Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*, 60.

<sup>35</sup> Ghozali, Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*,75.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen atau endogen

X : Variabel Independen atau eksogen

$\varepsilon$  : Error atau diasumsikan tidak berkorelasi dengan variabel independen

$\beta$  : Koefisien yang akan diestimasi

- d. Pemilihan matrik input untuk melakukan analisis data. Model persamaan struktural memiliki perbedaan dengan teknik analisis multivariat lainnya karena dalam SEM, data input yang digunakan hanya berupa matriks varian/kovarian atau matriks korelasi. Penggunaan metode *Maximum Likelihood* (ML) diperlukan setidaknya sampel sebanyak 100. Jika jumlah sampel melebihi 100, penggunaan metode ML akan meningkatkan kepekaannya dalam mendeteksi perbedaan dalam data. Rekomendasinya adalah menggunakan ukuran sampel dalam kisaran 100 hingga 200 ketika menerapkan metode estimasi ML.
- e. Mengkaji identifikasi model merupakan masalah dimana terjadi ketidakmampuan proses permodelan dalam menghasilkan estimasi yang eksklusif atau unik. Apabila terjadi problem identifikasi maka dapat melakukan penetapan lebih banyak konstruk dalam model.
- f. Mengevaluasi estimasi model berdasarkan *Goodness of fit* merupakan mengevaluasi apakah data yang dianalisis sesuai dengan prasyarat dari model persamaan struktural. Ada tiga prasyarat esensial yang perlu terpenuhi untuk menerapkan model persamaan struktural, yaitu data observasi harus bersifat independen, responden harus dipilih

secara acak dan terdapat hubungan linier.<sup>36</sup> Ketentuan *Goodness of fit* diuraikan sebagai berikut:

- 1)  $\chi^2$  - Statistik Chi-Square, merupakan alat ukur seberapa dekat matrik kovarian hasil prediksi model dengan matriks kovarian dari data sampel. Model yang mendapatkan hasil uji Chi-Square dengan nilai rendah dianggap memuaskan. Apabila nilai P value dari uji Chi-Square lebih besar dari 0,005 atau P value  $\geq 0,005$  (tidak signifikan), ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan statistik yang signifikan antara data aktual dan prediksi dalam matriks input, atau data memiliki kesesuaian dengan teori atau model yang dibangun melalui SEM.<sup>37</sup>
- 2) Probabilitas, pengujian signifikan terhadap perbedaan anatara matrik varian dan matrik kovarian yang dihitung secara estimasi *cut off value* nya lebih dari 0,05.
- 3) CMIND/DF, ukuran sejauh mana data cocok dengan model dengan *cut-off value* kurang dari 2.00.
- 4) CFI atau *Comparative Fit Index* memiliki besaran index rentang 0 sampai 1 dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat kesesuaian yang tinggi. Indeks CFI dianjurkan karena tidak terlalu peka terhadap ukuran sampel dan kurang berpengaruh oleh kompleksitas model. Angka yang disarankan untuk diterima adalah  $>0,90$ .
- 5) TLI atau *Tucker Lewis Index* adalah ukuran peningkatan kesesuaian yang

---

<sup>36</sup> Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS* 24,61-64.

<sup>37</sup> Hendrayadi dan Suryani, *Structural Equation Modeling Dengan Lisrel 8.80 Pedoman Untuk Pemula* (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), 14.

membandingkan model yang diuji dengan model dasar. TLI membantu mengatasi masalah yang timbul akibat kompleksitas model. Nilai TLI yang disarankan untuk diterima adalah  $>0,90$ .<sup>38</sup>

- 6) IFI atau Incremental Fit Index, yang berfungsi dalam mengatasi parsimoni dan ukuran sampel. Nilai yang di rekomendasikan adalah  $IFI > 0,90$ .<sup>39</sup>
- 7) RMSEA atau *Root Mean Square Error of Approximation* adalah ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik Chi-Square menolak model dengan ukuran sampel yang besar. Nilai RMSEA  $< 0,05$  merupakan model baik, sedangkan RMSEA  $< 0,08$  untuk model dapat diterima.
- 8) RMR atau *Root Mean Square Residual*, menggambarkan rata-rata nilai residual dua matrik yang di hipotesiskan yaitu Variance Covariance Matric for the Hypothesized Model. Nilai yang direkomendasikan adalah  $< 0.08$ .
- 9) PCFI atau *Parsimony Comparative Fit Index*, merupakan ukuran perbandingan antara df Proposed Model / df Proposed Null Model. Nilai yang direkomendasikan adalah  $> 0.5$ .
- 10) AIC dan CAIC atau *Akaike's Information Criterion dan Consistent Akaike Information Index*, merupakan Criteria Fit Indices yang digunakan sebagai pinalty akibat kompleksitas model dan CAIC digunakan sebagai pinalty untuk sampel yang kecil. Nilai yang direkomendasikan adalah nilai

---

<sup>38</sup> Hendrayadi dan Suryani, *Structural Equation Modeling Dengan Lisrel 8.80 Pedoman Untuk Pemula*, 16.

<sup>39</sup> Hendrayadi and Suryani.

AIC dan CAIC lebih kecil dari AIC dan CAIC Saturated dan Independence Model.

g. Interpretasi terhadap model

Langkah terakhir adalah ketika model telah dinyatakan diterima, maka peneliti mempertimbangkan dilakukannya modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness of fit*.<sup>40</sup>




---

<sup>40</sup> Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*, 68.