

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Didasarkan atas sumber data yang digunakan terdapat dua jenis penelitian. Penelitian yang pertama adalah penelitian lapangan dan yang kedua adalah penelitian kepustakaan. Dikatakan penelitian lapangan, apabila rumusan masalah dijawab dengan menerapkan sumber data primer yang ada di lapangan atau bila data yang diperoleh harus merupakan data lapangan yang dapat menjawab rumusan masalah. Sementara penelitian kepustakaan adalah penelitian yang menerapkan data dari perpustakaan atau literatur untuk memecahkan rumusan masalah penelitian.¹ Berdasarkan data dan sumber yang digunakan, maka penelitian ini tergolong penelitian lapangan yang dijalankan secara sistematis dengan mengolah data di lapangan.

Desain penelitian ini menerapkan metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif, yang mempelajari hubungan antara variabel menggunakan data interval atau rasio, serta memanfaatkan pendekatan empirisme atau positivism untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dijalankan dengan menggunakan alat penelitian objektif, pendekatan *random sampling*, dan pengolahan data yang bersifat kuantitatif. Statistik dan data kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis yang ada.² Penelitian kuantitatif berfokus pada proses analisis data numerik atau angka-angka yang dipelajari dengan menggunakan pendekatan statistik untuk menebak penafsiran data.

Penelitian ini ada 4 variabel independen (X), dan variabel dependen (Y). Variabel independennya adalah *anchor characteristic*, *online comment*, *logistics service quality*, dan *promotion incentive information*, dan variabel dependennya adalah *perceived trust* untuk meningkatkan *impulsive buying behavior*. Jadi, kesimpulannya bahwa desain penelitian korelasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengeksplorasi hubungan antara *anchor characteristic*, *online comment*, *logistics service quality*, *promotion incentive information* terhadap *perceived trust* untuk meningkatkan *impulsive buying*

¹ LPM IAIN Kudus, *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*, 2022.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

behavior pada pengguna *live streaming e-commerce* shopee pada anggota IPNU IPPNU yang ada di Kabupaten Kudus.

B. Setting Penelitian

Responden dari penelitian ini diambil tanpa ada perbedaan gender dan untuk semua anggota IPNU IPPNU di Kabupaten Kudus yang sudah melakukan transaksi shopee *live shopping*. Kuesioner disebarikan kepada anggota IPNU IPPNU berupa *link google form* melalui media sosial yang dimulai pada bulan Januari 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada semua individu atau objek yang menjadi fokus penelitian. Populasi juga dapat dianggap sebagai wilayah atau kelompok yang memiliki karakteristik khusus yang perlu dipelajari dan ditarik kesimpulan dari hasil penelitian.³ Dipenelitian ini jumlah populasi adalah semua anggota IPNU IPPNU di Kabupaten Kudus yang sudah pernah melakukan pembelian impulsif pada shopee *live shopping* yang jumlahnya belum diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan unsur ukuran dan keunikan populasi. Populasi yang diterapkan dipenelitian ini cukup besar sehingga diperlukan pengambilan sampel karena keterbatasan waktu dan tenaga yang tidak memungkinkan untuk memeriksa seluruh populasi.⁴ Tujuannya yaitu sampel berupaya mengumpulkan informasi tentang suatu populasi untuk mengurangi kesalahan generalisasi. Hasil akhir dinyatakan sebagai ukuran sampel yang diharapkan mencerminkan 100 persen populasi.⁵ Saat pengambilan sampel, peneliti menerapkan metode *non-probability sampling* dimana tidak didapati peluang yang sama untuk memilih sampel dari setiap unit populasi. Selain itu, sampel dipilih menggunakan teknik *sampling kuota* yaitu untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.⁶

³ Ananta Wikrama Tungga A. Dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014).

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

⁵ Novi Three Ana, "Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Peringkat Dan Layanan Pelanggan Online Sebagai Pilihan Berbelanja Di Marketplace Tokopedia," *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 1, no. 2 (2022): 252–64.

⁶ Deri Firmansyah and Dede, "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 2 (2022): 85–114, <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>.

Roscoe menyatakan bahwa untuk sebagian besar penelitian, ukuran sampel yang lebih dari 30 tetapi kurang dari 500 sudah mencukupi. Ukuran sampel untuk analisa SEM minimal harus lima kali jumlah total variabel indikator yang digunakan. Ukuran sampel 100-200 diperlukan untuk model analisa SEM, sementara kurang dari 30 tidak cukup untuk analisa yang menerapkan statistik parametrik.⁷ Berdasarkan hal tersebut, peneliti menentukan 200 responden ukuran sampel pada penelitian ini dengan perhitungan 5 kali 24 jumlah variabel indikator yaitu 120.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan hal-hal yang menjadi objek penelitian, suatu pengamatan bahwa ada sesuatu yang menjadi sasaran atau suatu variabel dalam penelitian. Jadi, variabel merupakan fokus penelitian dan merupakan fenomena yang ingin diamati atau diukur.⁸

a) Variabel Independen (bebas)

Variabel independen atau variabel bebas ialah variabel yang memengaruhi variabel terikat dan biasanya dilambangkan dengan simbol X.⁹ Variabel yang digunakan dipenelitian ini ialah *anchor characteristic* (X1), *online comment* (X2), *logistic service quality* (X3), dan *promotion incentive information* (X4).

b) Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang turut serta atau dipengaruhi oleh variabel bebas.¹⁰ Variabel terikat dipenelitian ini ialah *perceived trust* (Y1) dan *impulsive buying behavior* (Y2).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi variabel (yang dinyatakan dalam pengertian istilah), bersifat fungsional, praktis, dan benar-benar berfungsi sebagai objek kajian atau

⁷ Imam Ghazali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*, ed. Abadi Telokusumo, 7th ed. (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2017).

⁸ Kasni, "Upaya Pengurangan Sampah Plastik Melalui Pengelolaan Dan Budaya Peduli Lingkungan Sekolah Di SMP Negeri 2 Muntok," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 5 (2023): 314–24.

⁹ Eureka Ratna Nirmala, Bambang Kusbandrijo, and Kendry Widiyanto, "Analisis Kebijakan Rasionalisasi APBD Terutama Pembangunan Infrastruktur Kota Surabaya Untuk Menanggulangi Covid-19," *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 2 (2022): 115–21, <http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/43>.

¹⁰ Nirmala, Kusbandrijo, and Widiyanto.

bagian dari objek penelitian. Variabel yang diterapkan dipenelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.¹¹ Berikut uraian secara rinci operasional variabel dalam penelitian ini:

1. *Anchor characteristic* merupakan *live host* atau influencer yang berinteraksi dengan konsumen selama *live streaming E-Commerce* berlangsung.¹² Kuesioner ini terdiri dari 5 pernyataan yang harus dinilai menggunakan skala likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.
2. *Online comment* merupakan penilaian yang diberikan oleh konsumen yang berisi informasi yang menilai suatu produk dari berbagai aspek.¹³ Kuesioner ini terdiri dari 5 pernyataan yang harus dinilai menggunakan skala likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.
3. *Logistic service quality* merupakan aspek sumber daya yang paling penting dan relevan. Aspek-aspek tersebut meliputi pengiriman produk tepat waktu, pemeliharaan kondisi produk, keandalan pengiriman, komunikasi yang efisien, dan kemampuan menyelesaikan permasalahan terkait pengiriman yang mungkin timbul.¹⁴ Kuesioner ini terdiri dari 5 pernyataan yang harus dinilai menggunakan skala likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.
4. *Promotion incentive information* merupakan sumber periklanan dimana perusahaan dan merek mensponsori acara baik acara umum maupun khusus yang bertema guna menciptakan pengalaman unik bagi konsumen dan mempromosikan produk dan layanan mereka.¹⁵ Kuesioner ini terdiri dari 5 pernyataan yang harus

¹¹ Nirmala, Kusbandrijo, and Widiyanto.

¹² Efi and Supriyanto, "Pengaruh Hunger Marketing Terhadap Perceived Value Untuk Meningkatkan Pembelian Tidak Terencana."

¹³ Mulyati and Gesitera, "Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang."

¹⁴ Thongkruer and Wanarat, "The Relationship between Air Travel Service Quality and Factors of Theory of Planned Behavior: Evidence from Low-Cost Airlines in Thailand."

¹⁵ Kotler, *Manajemen Pemasaran*.

dinilai menggunakan skala likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

5. *Perceived trust* merupakan kepercayaan yang dirasakan mengacu pada tingkat keyakinan yang dirasakan konsumen tentang keandalan, integritas, dan kemampuan suatu merek atau perusahaan untuk memenuhi janjinya.¹⁶ Kuesioner ini terdiri dari 5 pernyataan yang harus dinilai menggunakan skala likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.
6. *Impulsive buying behavior* merupakan suatu proses pembelian yang tidak disadari sebelum memasuki toko karena pertimbangan atau niat membeli. Pembelian impulsif ialah ketika konsumen membuat keputusan pembelian secara tiba-tiba karena seringkali terjadi secara cepat dan spontan.¹⁷ Kuesioner ini terdiri dari 5 pernyataan yang harus dinilai menggunakan skala likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner online yang berbentuk pernyataan untuk mendapatkan data. Didalam kuesioner tercantum beberapa pernyataan berdasarkan indikator variabel penelitian yang diberikan kepada responden.¹⁸ Kuesioner ini berupa link google form yang dapat diakses menggunakan internet dan disebarakan kepada anggota IPNU IPPNU di Kabupaten Kudus yang sudah pernah melakukan transaksi di shopee live.

Isi kuesioner difokuskan pada faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen dan pembelian impulsif pada *live streaming e-commerce* dengan menggunakan teori SOR (*Stimulus Organism Response*) yaitu Stimulus (*anchor*

¹⁶ Liao, Chung, and Chang, "Interactivity, Engagement, Trust, Purchase Intention and Word-of-Mouth: A Moderated Mediation Study."

¹⁷ Borrego, "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Shopee.Co.Id (Studi Kasus Di Lingkungan Mahasiswa Kota Sukabumi)."

¹⁸ Handoko Syahputra Salim, Thomas Sumarsan Goh, and Errie Margery, "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia," *Jurnal Bisnis Kolega* 8, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>.

characteristic, online comment, logistic service quality, dan promotion incentive information), Organism (*perceived trust*), Response (*impulsive buying behavior*). Hasil dari bagian masing-masing akan menunjukkan pengaruh faktor tersebut terhadap kepercayaan konsumen pada *live streaming e-commerce* dan guna meningkatkan pembelian impulsif pada *live streaming e-commerce*.

Skala likert diterapkan dalam pembuatan kuesioner. Alat psikometri yang sering diterapkan dalam kuesioner guna mengukur sikap, sudut pandang, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial ialah skala likert. Untuk analisa kuantitatif, skala ini memungkinkan evaluasi mulai dari sangat positif hingga sangat negatif.¹⁹

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak setuju (TS)	2
5.	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2015)

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data dari responden atau sumber data lainnya dikumpulkan. Teknik analisis data statistik dipakai dipenelitian ini untuk memperoleh informasi dari data yang diperoleh melalui survei berbasis kuesioner, analisis deskriptif, uji validitas, dan reliabilitas melalui uji instrumen. Data tersebut kemudian dianalisa dengan menerapkan aplikasi AMOS 24.0 dan program statistik *Structural Equation Modeling* (SEM) guna mengujikan hipotesis penelitian.²⁰

Manfaat penggunaan SEM (*Structural Equation Modeling*) ialah dapat menjalankan analisa jalur (*phath analytic*) terhadap variabel-variabel yang nilai kuantitatifnya tidak dapat diukur dan diketahui secara langsung. Dengan mengintegrasikan analisa jalur dan analisa faktor, SEM (*Structural Equation Modeling*) merupakan metode analisa yang diterapkan guna menguji dan memperkirakan hubungan diantara variabel independen yang memengaruhi suatu

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

²⁰ Ana, “Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Peringkat Dan Layanan Pelanggan Online Sebagai Pilihan Berbelanja Di Marketplace Tokopedia.”

variabel dependen.²¹ Selain itu, keunggulan SEM dibandingkan dengan regresi yaitu dapat melibatkan beberapa variabel dependen dan juga mampu menguji hipotesis yang bertingkat. Sementara keunggulan perangkat lunak AMOS 24.0 yang diterapkan dipenelitian ini karena kemampuannya guna memperkirakan nilai-nilai koefisien yang tidak diketahui dari model persamaan struktur linier yang melibatkan variabel-variabel laten, mengakomodasi kesalahan pengukuran (error) baik pada variabel terikat maupun bebas, menerapkan variabel bebas serta inversnya untuk memperkirakan pengaruh langsung atau tidak langsung dari variabel terikat, dan memuat hubungan kausalitas yang timbal balik, persamaan (simultaneity) serta saling ketergantungan (interpendensi).

Teknik analisis data akan diuraikan lebih detail sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Sugiharto dan Sitinjak mengartikan validitas penelitian sebagai derajat ketepatan diantara variabel aktual dan variabel terukur dengan menerapkan alat ukur penelitian. Uji validitas menilai kemampuan alat ukur dalam menangkap pengukuran yang dimaksudkan secara akurat.²² Dipenelitian ini pengukuran yang akan diterapkan adalah validitas diskriminan dengan *Confirmatory Factor Analisis* (CFA) dengan bantuan aplikasi AMOS 24.0.

Confirmatory Factor Analisis (CFA) merupakan teknik yang diterapkan dalam SEM (*Structural Equation Modeling*) untuk menentukan variabel atau konstruk dan indikator penting yang sebenarnya merupakan variabel laten yang diteliti.²³ Data yang telah dikumpulkan akan diolah dan dianalisis untuk dijadikan dasar pembahasan hasil penelitian. CFA digunakan untuk melihat validitas instrument yaitu nilai data dinyatakan valid apabila cross loading factor $> 0,50$ pada analisis CFA.²⁴

²¹ Rahmad Solling Hamid dan Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*, ed. Annis Diniati Abiratno, Sofa Nurdiyanti (Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia, 2019).

²² La Moh. Saleh Henriette D. Titaley Musrifah Mardiani Sanaky, "Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah," *Jurnal Simetrik* 11, no. no 1 (2021): 433.

²³ Siswoyo Haryono, *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS Lister PLS*, ed. Hamid Mintardja (Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama, 2016).

²⁴ Edi Supriyadi, *SPSS+AMOS Statistical Data Analysis* (Jakarta: In Media, 2014).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah metode untuk mengevaluasi seberapa konsisten sebuah kuesioner dalam mengukur suatu variabel atau konstruk. Hal ini penting dalam penelitian karena mengindikasikan seberapa dapat diandalkannya data yang dikumpulkan. Dipenelitian ini, reliabilitas diukur dengan menerapkan metode one-shot, yang mengukur konsisten diantara tanggapan terhadap pernyataan dalam kuesioner.²⁵ Dipenelitian ini dijalankan uji reliabilitas menggunakan program AMOS 24.0 dengan menggunakan *construct reliability* (CR), yang memberi gambaran tentang seberapa baik kuesioner tersebut mengukur variabel atau konstruk yang diteliti. Nilai *construct reliability* (CR) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^n \lambda_i)^2}{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2 + \varepsilon}$$

$(\sum \lambda_i)$ = Jumlah standard loading

$\varepsilon = error \varepsilon = 1 - (\sum \lambda_i)^2$

Construct Reliability yaitu 0,70 atau lebih menampakkan reliabilitas yang baik.²⁶

3. Uji Hipotesis

Hipotesis berfungsi sebagai solusi jangka pendek terhadap pernyataan masalah dan menjelaskan tujuan penelitian. Dalam konteks statistik, hipotesis mengacu pada klaim tentang suatu populasi yang akan diverifikasi dengan menerapkan data yang dikumpulkan dari sampel penelitian.²⁷

Ada tujuh langkah untuk menyiapkan analisa uji hipotesis yaitu sebagai berikut:

- a) Pengembangan model teoritis, untuk mendapatkan dukungan terhadap model teoritis yang diajukan dalam analisis persamaan struktural (SEM), diperlukan rangkaian studi ilmiah yang memperkuat model tersebut.

²⁵ Devi Sepianti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Dalam Penggunaan E-Commerce Secara Berkelanjutan," *Jurnal PUSDANSI* 2, no. 2 (2022): 1–11,

<http://pusdansi.org/index.php/pusdansi/article/view/71%0Ahttp://pusdansi.org/index.php/pusdansi/article/download/71/81>.

²⁶ Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*.

²⁷ Ana, "Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Peringkat Dan Layanan Pelanggan Online Sebagai Pilihan Berbelanja Di Marketplace Tokopedia."

- b) Pengembangan diagram jalur (path diagram), model teoritis akan digambarkan melalui diagram jalur ini yang nantinya akan mempermudah melihat hubungan sebab akibat yang akan diuji.
- c) Diagram alur dikonversi menjadi persamaan structural dan model pengukuran dalam SEM untuk menggambarkan hubungan sebab akibat dari konstruksi yang berbeda. Rumus yang dibuat menggambarkan bagaimana variabel akhir dipengaruhi oleh variabel yang diukur langsung, variabel yang tidak diukur langsung, dan kesalahan pengukuran. Rumus yang dikembangkan yaitu:
 Variabel endogen = variabel eksogen + variabel endogen + error.
- d) Memilih matrik input dan estimasi model, matrik tersebut dipilih berdasarkan pola hubungan antar responden. Oleh karena itu, ukuran sampel tidak boleh terlalu besar karena akan menjadi sensitive dan sulit ditentukan. Setelah membangun model dan memilih data input, analisis model kausal dilakukan dengan menggunakan metode estimasi model maksimum likelihood estimation method. Teknik ini digunakan karena ukuran sampelnya kecil, antara 100 hingga 200 responden.
- e) Menganalisa kemungkinan munculnya masalah identifikasi, masalah identifikasi dalam model dapat terjadi ketika model tidak mampu menghasilkan perkiraan yang unik. Jika masalah identifikasi terjadi secara konsisten, model harus diperiksa ulang dengan memperkenalkan konstruk baru. Beberapa indikasi problem identifikasi yang disebutkan oleh Ferdinand yaitu satu atau beberapa koefisien mempunyai standar error yang sangat besar, kesulitan dalam menghasilkan matriks informasi yang benar, muncul angka yang tidak konsisten seperti *varians error negative*, dan korelasi tinggi antara koefisien estimasi, misalnya lebih besar dari 0,9 yang mungkin muncul.
- f) Evaluasi kriteria *goodness of fit*
 Melakukan uji kecocokan model dengan menerapkan beberapa kriteria *goodness of fit*. Indeks kesesuaian dan nilai ambang batas digunakan untuk menilai apakah

sebuah model dapat diterima atau ditolak dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Chi-square*, menguji apakah estimasi kovarian populasi sama dengan kovarian sampel, data model yang digunakan sesuai dengan data yang bersifat sangat sensitive untuk sampel besar diatas 200 dan *cut off valuenya* diharapkan kecil.
- 2) *Probability*, uji signifikansi perbedaan antara matrik kovarian data dengan matrik kovarian yang diestimasi, dan cut of valuenya lebih besar dari 0,05.
- 3) NCP (*Non Centrality Parameter*) dinyatakan sebagai respesifikasi dari *chi-square*, penilaian didasarkan pada perbandingan dengan model lain dan cut off valuenya diharapkan kecil.
- 4) SNCP (*Scaled NCP*) adalah selisih rata-rata setiap observasi dalam perbandingan antar model dan nilai *cut offnya* diharapkan kecil.
- 5) GFI (*Good of Fit Index*) menghitung proporsi tertimbang dari varians matrik sampel yang dijelaskan oleh matrik kovarian dari estimasi populasi (analog dengan R² dalam regresi berganda yang *cut offnya* adalah 0,90)
- 6) RMR (*Root Mean Square Residual*) rata-rata sisa antara matrik korelasi atau kovarian yang dimati dari hasil estimasi dan nilai *cut offnya* adalah kurang dari atau sama dengan 0,05.
- 7) RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*) mengkompensasi kelemahan *chi-square* pada sampel besar dan batasnya adalah kurang dari atau sama dengan 0,08 *good fit* dan sama dengan 0,05 *close fit*.
- 8) ECVI (*Expected Cross Validation Index*) untuk membandingkan dengan model tunggal dan nilai *cut offny* diharapkan kecil.
- 9) TLI (*Tucker-Lewis Index*), perbandingan model yang diuji dengan model dasar dan *cut off valuenya* lebih besar dari 0,95.
- 10) AGFI (*Adjusted GFI*) GFI disesuaikan dengan DF dengan nilai *cut offnya* lebih besar dari 0,90.
- 11) NFI (*Normed Fit Index*) untuk membandingkan model dan *cut off value* 0,90 dan 0,80 sampai dengan 0,90 *marginal fit*.

- 12) RFI (*Relative Fit Index*) digunakan untuk membandingkan model *cut off value* 0,90 dan 0,80 sampai dengan 0,90 *marginal fit*.
- 13) IFI (*Incremental Fit Index*) digunakan untuk membandingkan model *cut off value* 0,90 dan 0,80 sampai dengan 0,90 *marginal fit*.
- 14) CFI (*Comparative Fit Index*) digunakan untuk membandingkan model *cut off value* 0,90 dan 0,80 sampai dengan 0,90 *marginal fit*.
- 15) CMIND/DF, kesesuaian diantara data dan model *cut off value* kurang dari 2.00
- 16) PGFI (*Parsimonious Good Fit*) digunakan untuk membandingkan model *cut off value*nya diharapkan besar.
- 17) NCS (*Normed Chi Square*) rasio diantara *chi square* dibagi *degree of freedom*, nilai batasnya kurang dari 5.0
- 18) PNFI (*Parsimonious NFI*) diterapkan guna membandingkan model *cut off value*nya diharap besar.
- 19) AIC (*Akaike Information Criteria*) diterapkan guna membandingkan model tunggal dan nilai batasnya diharap kecil
- 20) CAIC (*Consistent AIC*) diterapkan guna membandingkan model tunggal dan nilai batasnya diharap kecil
- 21) CN (*Critical N*) ukuran sampel yang mencukupi diterapkan guna mengestimasi kecocokan model dan nilai batasnya lebih dari 200.
- g) Menafsirkan dan modifikasi model, petunjuk untuk menilai apakah model perlu dimodifikasi berdasarkan jumlah residu yang dihasilkan oleh model. Batas keamanan untuk residu ialah 5 persen. Perubahan harus dipertimbangkan jika residu melebihi 2 persen dari seluruh residu kovarian yang dihasilkan oleh model. Jika ditemukan nilai sisa model cukup besar hingga melebihi 2,58, maka perlu pertimbangan untuk menambahkan alur baru ke model estimasi untuk memodifikasi model dengan cara tertentu. Nilai sisa yang lebih besar atau sama dengan 2,58 ditafsirkan signifikan secara statistik pada tingkat 5 persen.²⁸

²⁸ Edi Supriyadi, *SPSS+AMOS Statistical Data Analysis*.