

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. DESAIN PENELITIAN

Desain penelitian merupakan rencana menyeluruh dari penelitian mencakup hal-hal yang akan dilakukan peneliti mulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai pada analisis akhir data yang selanjutnya disimpulkan dan dijadikan saran untuk pihak tertentu. Suatu desain penelitian menyatakan struktur masalah penelitian dan rencana penelitian yang akan digunakan untuk menemukan bukti empiris mengenai hubungan-hubungan dalam rumusan masalah yang diajukan.

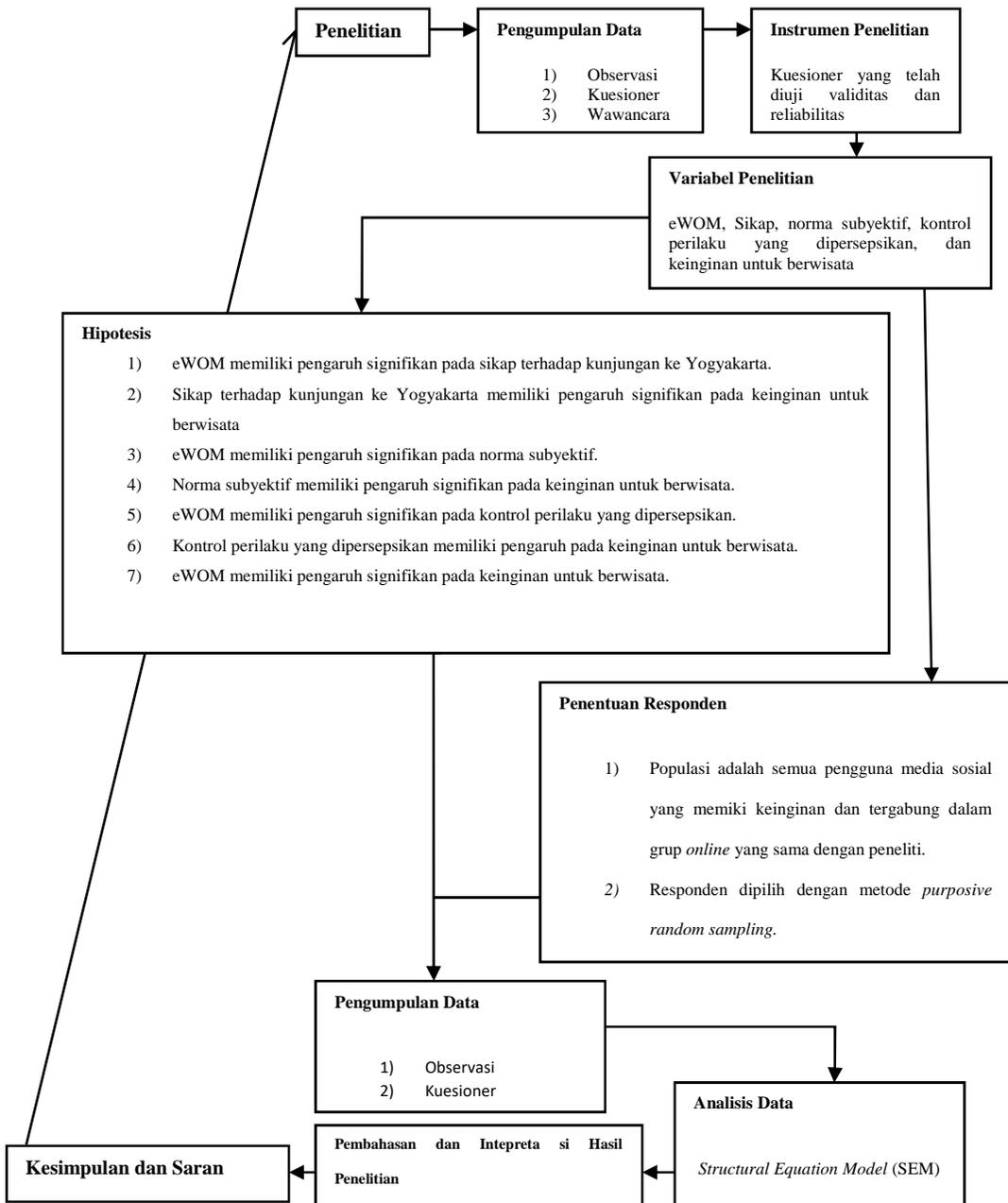
Penelitian ini berusaha menjelaskan tentang hubungan kegiatan komunikasi pemasaran melalui media sosial atau *electronic word of mouth* dengan minat berwisata dengan menggunakan pendekatan *theory of planned behavior*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory quantitative research* yang bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan suatu fenomena serta menyatakan hubungan kausalitas anatarvariabel yang diteliti. Jenis penelitian ini dipilih mengingat tujuan

yang hendak dicapai mencakup usaha-usaha untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh yang terjadi antarvariabel. Kuesioner menjadi alat pengumpul data primer dengan pertanyaan-pertanyaan untuk responden yang merupakan indikator variabel.

Penelitian ini akan memberikan informasi dan menyatakan pengaruh kegiatan electronic word of mouth sebagai variabel independen, *theory of planned behavior* sebagai variabel antara, dan minat berwisata sebagai variabel dependen. Berdasarkan hipotesis yang diajukan, ada empat variabel penelitian, yaitu: eWOM, sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan, dan minat berwisata. Selanjutnya untuk menentukan instrumen berdasarkan variabel penelitian dan sampel, pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan kuesioner. Data yang terkumpul diolah dengan alat analisis deskriptif dan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis data adalah *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil analisis diinterpretasikan dan disimpulkan. Berikut ini desain penelitian ini.

Gambar 3.1. Bagan Alur Penelitian



1.2. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Variabel-variabel tersebut di atas didefinisikan secara detail sehingga indikator dan alat ukur yang digunakan dalam penelitian teridentifikasi dengan jelas. Definisi operasional variabel disusun oleh peneliti untuk membantu memodifikasi kuesioner sehingga mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan. Definisi operasional variabel disusun dari indikator-indikator pembentuk variabel yang dibentuk dari teori dan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Jalilvand dan Samiei (2012). Jalilvand dan Samiei mengadopsi indikator tersebut dari penelitian empiris yang dilakukan oleh Bambauer-Sache dan Mangol (2011) dengan topik dilisi merek melalui komunikasi eWOM negatif. Penelitian ini terdiri dari tiga jenis variabel yaitu, variabel independen, variabel antara, dan variabel dependen.

- 1) Variabel eWOM (x1), menjadi variabel independen karena mempengaruhi sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan wisatawan, dengan indikator-indikator yang menyusun:
 - a. Frekuensi membaca ulasan wisata online destinasi wisata yang menarik (x1.1), diwakili oleh pernyataan:

Saya sering membaca ulasan wisata di media sosial untuk mengetahui destinasi mana yang menarik minat wisatawan pada umumnya.

- b. Frekuensi membaca ulasan wisata online untuk memastikan pemilihan destinasi wisata yang tepat (x1.2), diwakili oleh pernyataan:

Saya sering membaca ulasan wisata di media sosial untuk meyakinkan diri bahwa saya memilih destinasi tertentu.

- c. Frekuensi meminta saran para pemberi ulasan online untuk membantu memilih destinasi yang menarik (x1.3), diwakili oleh pernyataan:

Saya sering berkonsultasi dengan orang-orang yang pernah membuat ulasan tentang suatu destinasi yang akan saya tuju di media sosial.

- d. Frekuensi mencari informasi dari ulasan wisata online sebelum bepergian ke suatu destinasi (x1.4), diwakili oleh pernyataan:

Saya sering mencari informasi mengenai ulasan suatu destinasi yang akan saya tuju sebelum bepergian ke destinasi tersebut.

- e. Kekhawatiran akan kesalahan memilih destinasi wisata jika tidak berpegang pada ulasan wisata online (x1.5), diwakili oleh pernyataan:
Saya takut salah memilih destinasi jika tidak membaca ulasan tentang destinasi tersebut terlebih dulu di media sosial.
 - f. Kepercayaan diri setelah membaca ulasan wisata online saat bepergian (x1.6), diwakili oleh pernyataan:
Saya lebih percaya diri ketika bepergian ke suatu destinasi setelah membaca ulasan destinasi tersebut di media sosial.
- 2) Variabel Sikap (y1), menjadi variabel antara yang mempengaruhi minat berwisata dan dipengaruhi oleh variabel eWOM, dengan indikator-indikator yang menyusun:
- a. Penilaian kualitas dari wisata di destinasi (y1.1), diwakili oleh pernyataan:
Saya merasa daya tarik dan akomodasi wisata di Yogyakarta baik.
 - b. Penilaian manfaat uang yang dikeluarkan terhadap wisata di destinasi (y1.2), diwakili oleh pernyataan:

Saya merasa uang yang saya keluarkan untuk berwisata ke Yogyakarta akan sepadan dengan pengalaman yang saya dapatkan.

- c. Penilaian kepuasan terhadap wisata di destinasi (y1.3), diwakili oleh pernyataan:

Saya merasa akan menyenangkan jika berwisata di Yogyakarta.

- 3) Variabel Norma Subyektif (y2), menjadi variabel antara yang mempengaruhi minat berwisata dan dipengaruhi oleh variabel eWOM, dengan indikator-indikator yang menyusun:

- a. Saran orang-orang terdekat untuk mengunjungi destinasi (y2.1), diwakili oleh pernyataan:

Orang-orang terdekat saya menyuruh saya untuk berwisata ke Yogyakarta.

- b. Saran orang-orang penting di dalam hidup untuk mengunjungi destinasi (y2.2), diwakili oleh pernyataan:

Orang-orang yang penting di dalam saya menginginkan saya berwisata ke Yogyakarta.

- c. Saran orang yang dihormati untuk mengunjungi destinasi (y2.3), diwakili oleh pernyataan:

Orang-orang yang saya hormati menghendaki saya berwisata ke Yogyakarta.

- 4) Variabel Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (y3), menjadi variabel antara yang mempengaruhi minat berwisata dan dipengaruhi oleh variabel eWOM, dengan indikator-indikator yang menyusun:
 - a. Kemampuan untuk mengunjungi destinasi (y3.1), diwakili oleh pernyataan:

Saya memiliki kemampuan untuk berwisata ke Yogyakarta.
 - b. Kepemilikan sumber daya untuk mengunjungi destinasi (y3.2), diwakili oleh pernyataan:

Saya memiliki sumber daya dan kemampuan serta pengetahuan untuk berwisata ke Yogyakarta.
 - c. Kemudahan diri untuk mengunjungi destinasi (y3.3), diwakili oleh pernyataan:

Saya bisa kapan saja berwisata ke Yogyakarta.
- 5) Variabel Minat Berwisata (z1), merupakan variabel dependen karena dipengaruhi oleh eWOM, sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan, dengan indikator-indikator yang menyusun:

- a. Kemungkinan untuk mengunjungi destinasi (z1.1), diwakili oleh pernyataan:
Saya memperkirakan saya akan mengunjungi Yogyakarta suatu hari nanti.
- b. Preferensi untuk mengunjungi destinasi yang sedang diminati daripada destinasi lain (z1.2), diwakili oleh pernyataan:
Saya akan memilih mengunjungi Yogyakarta daripada destinasi lain jika ada kesempatan.
- c. Rencana untuk mengunjungi destinasi (z1.3), diwakili oleh pernyataan:
Saya merencanakan mengunjungi Yogyakarta jika semua hal sesuai dengan perkiraan saya.

1.3. JENIS DAN SUMBER DATA

1.3.1. JENIS DATA

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah jumlah pengguna media sosial yang memiliki minat untuk berwisata ke Yogyakarta.

1.3.2. SUMBER DATA

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Data primer, yaitu data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini adalah informasi yang diperoleh dari kuesioner yang dijawab oleh responden.
- 2) Data sekunder, yaitu data yang pengumpulan dan pengolahannya bukan dari usaha sendiri, melainkan dilakukan oleh pihak lain yang memiliki objek dan pendekatan yang serupa, seperti data pariwisata Yogyakarta.

1.4. POPULASI DAN SAMPEL

1.4.1. POPULASI

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial yang memiliki minat untuk berwisata ke Yogyakarta. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Populasi juga berarti kumpulan atau agregasi dari seluruh elemen atau individu-individu yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2010).

Di dalam setiap penelitian, populasi terpilih memiliki hubungan dengan masalah yang akan dipecahkan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna media sosial yang memiliki minat untuk berwisata yang tergabung di grup *online* (Whatsapp, Line, Facebook, BBM) yang sama dengan peneliti.

1.4.2. SAMPEL

Berdasarkan pertimbangan yang logis, seperti kepraktisan dan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, tidak semua populasi dijadikan sampel dalam penelitian ini. Peneliti mengambil 256 sampel untuk mewakili populasi. Dengan meneliti secara sampel, maka penelitian ini diharapkan mampu mewakili keseluruhan populasi, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi terhadap populasi (Riduwan, 2007). Menurut Riduwan, jumlah sampel sebaiknya semakin banyak jika indikator yang digunakan banyak untuk mempertajam akurasi data. Jumlah sampel penelitian ini semula ditargetkan berjumlah 270 sesuai dengan konsep penelitian Riduwan (2007).. Angka 180 diperoleh dari 18 (jumlah indikator penelitian) \times 15 (jumlah observasi langsung untuk setiap indikator) = 270.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel berarti cara yang digunakan untuk menentukan sampel yang dijadikan representasi populasi (Riduwan, 2007). Langkah yang dilakukan untuk *purposive sampling* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Membuat kategori populasi teman di grup *online* berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan daerah asal.
- 2) Menentukan sampel yang benar-benar memiliki minat untuk berwisata.
- 3) Mengumpulkan sampel hingga berjumlah 270 responden atau mendekati dalam waktu 1 bulan.

1.5. METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian, pengumpulan data perlu dilakukan dengan hati-hati dan penuh ketelitiann agar data yang terkumpul relevan dan akurat dengan masalah penelitian yang akan dicari jawabannya sebagai upaya untuk membuktikan hipotesis yang diajukan. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Observasi, pengumpulan data secara langsung dengan mengamati langsung perilaku responden di grup *online* yang disasar menjadi objek penelitian.
- 2) Kuesioner, pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis secara terstruktur dan sistematis kepada responden penelitian berkaitan dengan tanggapan atas berbagai variabel penelitian secara *online* menggunakan “Google Form”, sehingga memudahkan distribusi dan analisis.

1.6. UJI ASUMSI KLASIK

Dalam penelitian, data memiliki peran yang sangat penting karena merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Valid atau tidaknya data sangat menentukan mutu data. Dengan demikian, uji validitas dan reliabilitas diperlukan agar diperoleh data yang valid dan reliabel.

1.6.1. UJI VALIDITAS INSTRUMEN

Uji validitas digunakan untuk mengetahui penafsiran responden terhadap setiap butir pertanyaan yang diajukan sebagai instrumen penelitian. Apabila penafsiran responden sama, maka

instrumen penelitian valid. Sebaliknya, apabila penafsiran responden berbeda maka instrumen penelitian tidak valid, sehingga perlu diganti.

Variabel-variabel terukur dikatakan valid jika memiliki koefisien relasi (r hitung) $> 0,3$ (Sugiyono, 2012). Pengujian validitas instrumen menggunakan bantuan program komputer dengan paket program SPSS 17.

1.6.2. UJI RELIABILITAS INSTRUMEN

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji penafsiran responden mengenai butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam instrumen penelitian yang ditunjukkan dengan konsistensi jawaban yang diberikan. Reliabilitas merupakan ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai di mana masing-masing indikator tersebut mengindikasikan sebuah konstruk atau faktor laten yang umum (Ferdinand, 2002).

Nilai batas yang digunakan untuk menguji apakah variabel bisa dipercaya dan handal adalah koefisien *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Hal ini berarti tingkat reliabilitas sebesar 0,6 merupakan indikasi reliabel suatu konstruk.

1.7. TEKNIK ANALISIS DATA

1.7.1. ANALISIS SEM

Teknik analisis data yang digunakan untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini adalah SEM. Model persamaan struktural (SEM) adalah teknik statistika yang memungkinkan pengujian suatu rangkaian hubungan yang relatif kompleks secara simultan. Hubungan yang kompleks dapat dibangun antara satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Selain menjadi variabel dependen atau independen, ada kemungkinan juga suatu variabel memiliki peran ganda sebagai kedua akibat dari hubungan kausalitas yang berjenjang. Masing-masing variabel dependen dan independen dapat berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari beberapa indikator. Di antara variabel-variabel tersebut dimungkinkan juga sebuah variabel tunggal yang diobservasi atau diukur langsung dalam sebuah proses penelitian.

SEM juga biasa disebut dengan *Path Analysis* atau *Confirmatory Factor Analysis* karena menggunakan diagram alur untuk menjelaskan hubungan kausalitas yang terjadi antarvariabel. Diagram tersebut sangat penting dalam penelitian karena menjelaskan alur ide peneliti mengenai hubungan antarvariabel yang kemudian diterjemahkan dalam suatu persamaan untuk pengujian hipotesis.

1.7.2. KONVENSI SEM

Beberapa konvensi atau aturan dalam SEM adalah sebagai berikut.

1) Variabel terukur

Variabel ini disebut juga *observed variables*, *indicator variables*, atau *manifest variables*. Variabel ini digambarkan dalam bentuk segi empat. Variabel terukur adalah variabel yang datanya harus dicari melalui penelitian lapangan, seperti melalui instrumen survei.

2) Faktor

Faktor adalah sebuah variabel bentukan yang dibentuk melalui indikator-indikator yang diamati dalam dunia nyata. Variabel ini disebut juga *latent variables*, *constructs*, atau *observed variables*. Variabel laten ini digambarkan dalam bentuk oval.

3) Hubungan antar variabel

Hubungan antarvariabel dinyatakan melalui garis. Garis menandakan adanya hubungan yang terjadi antarvariabel. Bentuk-bentuk hubungan antarvariabel dijelaskan sebagai berikut.

a. Garis dengan anak panah satu arah (\rightarrow)

Garis ini menandakan adanya hubungan yang dihipotesiskan antara dua variabel, di mana variabel yang dituju anak panah merupakan variabel dependen. Dalam SEM, ada dua kelompok hipotesis dengan anak panah satu arah yaitu:

- Hipotesis mengenai dimensi faktor. Dimensi-dimensi suatu faktor terlihat dalam diagram SEM melalui anak panah satu arah (\rightarrow) yang digunakan. Dalam hal ini, masing-masing indikator berperan sebagai variabel dependen, secara bersama-sama dihipotesiskan sebagai dimensi dari sebuah konsep atau faktor.
- Hipotesis mengenai hubungan regresi. Hipotesis mengenai pengaruh satu atau beberapa variabel independen terhadap satu atau beberapa variabel dependen dinyatakan dalam anak panah satu arah (\rightarrow).

b. Garis dengan anak panah dua arah (\leftrightarrow)

Garis ini menunjukkan hubungan yang tidak dianalisis. Anak panah dua arah dalam SEM digunakan untuk menggambarkan kovarian atau korelasi dua buah variabel. Jika peneliti akan meregresi dua variabel independen terhadap satu atau beberapa variabel

dependen, maka syarat yang harus dipenuhi adalah tidak ada saling korelasi antara variabel-variabel independen tersebut, seperti syarat untuk analisis regresi. Untuk itu, sebuah anak panah dua arah digunakan untuk menghubungkan kedua variabel independen tersebut untuk menguji bahwa tidak ada korelasi si antara keduanya.

1.7.3. ASUMSI SEM

Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam prosedur pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan SEM adalah sebagai berikut.

1) Ukuran sampel

Ukuran sampel yang harus dipenuhi adalah sejumlah 100 untuk jumlah sampel minimum dan selanjutnya menggunakan perbandingan 5 observasi untuk setiap estimated parameter. Jika model yang dikembangkan memiliki 20 parameter, maka jumlah minimum sampel adalah 100.

2) Normalitas dan linearitas

Sebaran data yang digunakan perlu dianalisis dulu tingkat normalitasnya agar dapat diolah dengan SEM. Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data atau dapat diuji dengan metode

statistik uji normalitas untuk data tunggal maupun multivariat di mana beberapa variabel sekaligus yang diuji.

Uji linearitas dapat dilakukan dengan mengamati scatterplots data dengan memilih pasangan data dan dilihat pola penyebarannya untuk memprediksi ada atau tidaknya linearitas.

3) *Outliers*

Outliers adalah observasi yang uncul dengan nilai-nilai ekstrem baik secara univariat maupun multivariat. Nilai ekstrem muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimiliki dan hasilnya sangat jauh berbeda dari data lainnya. Data yang tergolong *outlier* bisa diperlakukan khusus selama asal usulnya diketahui dan masih berhubungan dengan variabel yang lain.

Outliers bisa berupa empat kategori berikut ini.

- a. *Outliers* yang muncul akibat kesalahan prosedur seperti kesalahan dalam memasukkan data atau kesalahan saat melakukan koding data, seperti salah ketik angka yang seharusnya 8 menjadi 80 sehingga nilainya berbeda jauh dengan hasil olah data yang lain padahal rentang jawaban responden hanya 1-10. Jika input data yang salah lolos, maka hasil olah data pun akan meunculkan nilai ekstrem.

- b. Outliers yang muncul akibat keadaan khusus yang memungkinkan profil datanya berbeda dengan data yang lain, tetapi peneliti memiliki penjelasan spesifik terkait kejadian tersebut.
- c. Outliers yang muncul akibat adanya suatu hal yang tidak diketahui peneliti penyebab munculnya nilai ekstrem.
- d. Outliers yang muncul akibat range nilai yang ada, tetapi memunculkan nilai ekstrem jika dikombinasikan dengan variabel lain. Hal ini sering disebut juga multivariate outliers.

4) Multikolinearitas dan singularitas

Multikolinearitas dapat dideteksi dari determinan matriks kovarians. Nilai determinan matriks kovarians yang sangat kecil (*extremely small*) memberi indikasi adanya problem multikolinearitas atau singularitas. Secara umum, program SEM sudah memberikan peringatan ketika ada indikasi multikolinearitas dan singularitas. Ketika peringatan itu muncul, maka peneliti wajib memeriksa data apakah ada kombinasi linear dari variabel-variabel penelitian. Jika memang ada variabel yang mengalami singularitas, maka variabel itu harus dikeluarkan. Jika terdapat singularitas dan multikolinearitas secara

bersamaan, maka perlu menambahkan variabel berlawanan (*composite variables*) dan mengulang analisis.

Setelah asumsi-asumsi SEM dilakukan, hal yang perlu dilakukan adalah menentukan kriteria yang akan digunakan untuk mengevaluasi model dan pengaruh-pengaruh yang ditampilkan dalam model.

Hair dkk (1995 dalam Ferdinand, 2002) menyebutkan bahwa dalam analisis SEM, tidak ada alat uji statistik yang bersifat tunggal untuk mengukur hipotesis mengenai model penelitian. Ada beberapa fit index yang digunakan untuk mengukur derajat kesesuaian antara model yang dihipotesiskan dengan data yang disajikan. Fit index digunakan untuk mengukur kebenaran model yang diajukan. Beberapa fit index yang bisa digunakan untuk menguji diterima atau ditolaknya suatu model penelitian adalah sebagai berikut.

1) *Chi Square Statistic* (χ^2)

Chi square statistic meruakan alat uji paling fundamental untuk mengukur *overall fit*. *Chi square* bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Jika sampel berjumlah besar atau lebih dari 200, maka chi square harus didampingi dengan alat uji lain menurut Hair dkk (Ferdinand, 2002). Model yang baik atau bisa

diterima memiliki *chi square* rendah. Menurut Hulland dk (Ferdinand, 2002), semakin kecil nilai chi square, semakin baik model penelitian yang diajukan karena dalam uji beda chi square $\chi^2 = 0$. Hal ini berarti benar-benar tidak ada perbedaan atau H_0 diterima berdasarkan probabilitas dengan cut off value sebesar $p > 0,05$ atau $p > 0,1$.

2) *The Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)

RMSEA adalah indeks untuk mengkompensasi chi square statistic dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Menurut Browne dan Cudeck (Ferdinand, 2002), nilai RMSEA 0,08 merupakan indeks dapat diterimanya suatu model penelitian yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model tersebut berdasarkan *degrees of freedom*.

3) *Goodness of Fit Index* (GFI)

Menurut Bentey dkk (Ferdinand, 2002) indeks kesesuaian (*fit index*) merupakan indeks yang digunakan untuk menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang diestimasi. GFI adalah sebuah ukuran non-statistikal yang memiliki rentang nilai antara 0 (*poor fit*) hingga 1 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan kondisi *better fit*.

4) *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

Tanaka dan Huba (Ferdinand, 2002) menyebutkan bahwa GFI adalah analog dari R^2 dalam regresi berganda. Fit index ini disesuaikan terhadap degrees of freedom yang tersedia untuk menguji diterima atau ditolaknya suatu model penelitian (Arbuckle, 1999).

Menurut Hair dkk (Ferdinand, 2002), model yang diterima memiliki AGFI 0,9. GFI dan AGFI merupakan kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varians dalam sebuah matriks kovarians sampel. Nilai sebesar 0,95 dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik (*good overall model*). Sebaliknya, jika nilai di antara 0,90-0,95, maka nilai menunjukkan tingkatan cukup (*adequate*).

5) *CMIN/DF*

Indeks kesesuaian ini merupakan indeks yang sering digunakan untuk menentukan tingkat kesesuaian suatu model. Indeks ini merupakan minimum sample discrepancy function (CMIN) dibagi dengan degree of freedom (DF), sehingga menghasilkan indeks CMIN/DF). Menurut Arbuckle (Ferdinand, 2002), nilai DF disebut juga chi square relative. Nilai χ^2 relatif $< 2,0$ atau terkadang $< 3,0$ menunjukkan antara model dan data sudah sesuai.

6) *Tucker Lewis Index (TLI)*

TLI merupakan sebuah alternatif incremental fit index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model. Nilai model yang diterima memiliki nilai $TLI > 0,95$. Nilai yang sangat mendekati 1,0 menunjukkan kesesuaian yang sangat baik menurut Arbuckle (Ferdinand, 2002).

7) *Comparative Fit Index (CFI)*

Indeks ini memiliki rentang 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, menunjukkan a very good fit atau tingkat kesesuaian yang baik. Nilai yang direkomendasikan untuk CFI adalah $> 0,94$. Indeks ini tidak dipengaruhi ukuran sampel sehingga sangat baik untuk menguikur tingkat penerimaan suatu model penelitian menurut Hullan dkk (Ferdinand, 2002). Indeks CFI identik dengan Relative Noncentrality Index (NRI) dari Mc Donald dan Marsh (1990).

Dalam penilaian model, indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan untuk digunakan karena kedua indeks relatif tidak sensitif terhadap ukuran sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model menurut Hulland dkk (Ferdinand, 2002). Jika dirangkum, maka indeks kesesuaian yang bisa digunakan untuk menguji model adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1. *Goodness of Fit Index*

Goodness of Fit Measure	Cut of Value (Nilai Kritis)
Chi Square (χ^2)	Diharapkan kecil
Significant Probability	0,05
RMSEA	0,08
GFI	0,09
AGFI	0,09
CMIN/DF	2,00
TLI	0,95
CFI	0,94

1.7.4. LANGKAH-LANGKAH SEM

Sebuah permodelan SEM yang lengkap terdiri dari *measurement model* dan *structural measurement model* untuk mengkonfirmasi dimensi atau faktor berdasarkan indikator-indikator empiris.

Untuk membuat permodelan yang lengkap, langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut.

- 1) Pengembangan model berbasis teori.
- 2) Pengembangan diagram alur untuk menunjukkan hubungan kasualitas.

- 3) Konversi diagram alur ke dalam serangkaian persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran.
- 4) Pemilihan matriks input dan teknik estimasi atas model yang dibangun.
- 5) Penilaian terhadap indentifikasi masalah.
- 6) Evaluasi model.
- 7) Interpretasi dan modifikasi model.

Diagram alur model SEM penelitian ini disajikan pada gambar berikut ini.

Gambar 3.2. Model Struktural Pengaruh eWOM pada Minat Berwisata dengan Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan sebagai Variabel Antara

