

BAB III

METODE PENELITIAN

Memasuki Bab III, maka akan dibahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan sampel dan jumlah sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan identifikasi variabel, pengujian kualitas instrumen, dan metode analisis data.

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan data yang dapat diukur secara langsung serta dapat diolah menggunakan statistika (Sekaran *and* Bougie, 2013).

B. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan studi kausal, dimana peneliti tertarik untuk menggambarkan satu atau lebih faktor yang menyebabkan masalah. Dengan kata lain, niat peneliti melakukan studi kausal adalah untuk dapat menyatakan bahwa variabel X menyebabkan variabel Y (Sekaran *and* Bougie, 2013).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data penelitian. Survei yaitu cara untuk mengumpulkan informasi dari atau tentang orang-orang untuk menggambarkan, membandingkan, atau menjelaskan pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka (Sekaran *and* Bougie, 2013).

Survei yang dilakukan yaitu one shot atau cross-sectional dimana proses pengumpulan data hanya satu kali, mungkin selama beberapa hari, minggu, atau bulan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran *and* Bougie, 2013).

C. Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah wisata bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare, sedangkan subjek dari penelitian ini adalah wisatawan dari luar Pare yang sekaligus menjadi pelajar di Kampung Inggris Pare dan seluruh alumnumya.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Sekaran *and* Bougie, 2013).

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah wisatawan dari luar Kota Pare yang sekaligus menjadi pelajar di Kampung Inggris Pare, dan mempunyai usia minimal 17 tahun. Responden minimal mempunyai pengalaman belajar selama 3 bulan.

Menurut Hair *et al.* (2010) besarnya sampel penelitian yang digunakan sebaiknya menggunakan kriteria 5 sampai 10 kali parameter yang di estimasi. Sehingga dalam penelitian ini mendapat ukuran sampel sebanyak 252 responden yang diperoleh dari hasil 7 kali parameter yang di estimasi, yakni : $36 \times 7 = 252$.

E. Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan spesifik dan menjawab permasalahan penelitian (Sekaran *and* Bougie, 2013). Data primer nantinya diperoleh dari hasil kuesioner yang telah didistribusikan kepada responden, guna untuk memperoleh informasi dari responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sekaran *and* Bougie, 2013). Jenis kuesioner yang digunakan adalah *close ended* dengan menggunakan skala likert sebagai pengukuran item pertanyaan. *Close ended* kuesioner yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan yang sudah disediakan pilihan jawabannya oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2013). Peneliti akan memberikan kuesioner untuk diisi oleh responden di waktu-waktu yang dianggap tidak mengganggu aktifitas mereka, hal tersebut dipilih agar tidak mengusik kenyamanan wisatawan.

Penelitian ini menggunakan dua kuesioner, yang pertama dengan kuesioner yang di distribusikan secara langsung kepada responden, dan yang kedua dengan kuesioner menggunakan Google *form* (secara *online*) yang di distribusikan kepada responden melalui WhatsApp, Line, dan Instagram.

G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah nilai konsumsi, sedangkan yang menjadi variabel mediasi (Y1) yaitu: persepsi citra manfaat, serta untuk variabel dependen (Y2) yaitu: niat berperilaku. Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel diukur. Pengukuran variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan item pernyataan dalam bentuk kuesioner.

Pengertian operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai Konsumsi

Nilai konsumsi didefinisikan sebagai keyakinan atau kepercayaan yang mengarah pada tindakan dalam situasi tertentu (Rokeach, 1973). Dalam konteks pemasaran, nilai konsumsi tidak hanya terbatas pada aspek-aspek fungsional, tetapi juga terkait dengan komponen lain.

Nilai konsumsi mewakili sebuah keyakinan yang membantu seseorang untuk menentukan pilihan perilaku mereka (Gutman, 1982), dan mereka bertindak sebagai panduan untuk tindakan dan penilaian (Vinson *et al.*, 1977). Sheth *et al.*, (1991), mengusulkan lima nilai konsumsi dari disiplin ilmu psikologi dan pemasaran yang telah diterapkan pada studi yang berbeda: (fungsional, kondisional, sosial, emosional, dan epistemik), Hur *et al.*, (2012).

Untuk mengukur variabel nilai konsumsi maka digunakan indikator pertanyaan dari Vinson *et al.*, (1977), Sheth *et al.*, (1991), Gill *et al.*, (2007), (2009), Hur *et al.*, (2012), yaitu:

- a. Biaya perjalanan
- b. Biaya belajar
- c. Biaya sewa kost
- d. Biaya yang tidak sedikit untuk belajar
- e. Biaya yang saya keluarkan
- f. Bisa belajar bahasa Inggris
- g. Dapat meningkatkan kemampuan
- h. Mempunyai kesempatan belajar
- i. Pengalaman yang tak terlupakan
- j. Memiliki teman-teman baru
- k. Pengalaman yang berbeda
- l. Lebih suka belajar bahasa Inggris di Pare
- m. Menyukai metode pembelajaran
- n. Kemampuan saya meningkat
- o. Kegiatan belajar lebih efektif
- p. Memperoleh metode pembelajaran yang efektif

2. Persepsi Citra Manfaat

Persepsi citra manfaat didefinisikan sebagai persepsi dari sebuah kesan dari tujuan yang diinginkan oleh wisatawan sehubungan dengan yang diharapkan atas nilai manfaat atau konsumsi, termasuk di dalamnya nilai fungsional, sosial, kondisional, dan emosional, epistemik. Persepsi tersebut dapat mengarah pada keputusan untuk mengunjungi suatu negara atau tempat tertentu (Tapachai *and* Waryszak, 2000).

Manfaat persepsi citra yang dirasakan dari suatu tujuan terbentuk melalui pola kepribadian setiap individu dan citra yang diproyeksikan oleh tujuan, yaitu citra holistik dari suatu tujuan (Kim *et al.*, 2012). Persepsi citra manfaat yang dirasakan mengacu pada kesan pengunjung yang kemudian berkembang dalam pikiran mereka sendiri dari kombinasi yang berbeda asosiasi, persepsi positif atau negatif (Echtner *and* Ritchie, 1991).

Untuk mengukur variabel persepsi citra manfaat maka digunakan indikator pertanyaan dari Echtner *and* Ritchie, (1991), Baloglu *and* McCleary, (1999), Bigne *et al.*, (2001), dan Phau *et al.*, (2014), yaitu:

- a. Reputasi pendidikan sangat baik
- b. Tempat pilihan belajar yang bagus
- c. Kualitas belajar
- d. Lingkungan tempat belajar terasa nyaman
- e. Penduduk disekitar lingkungan tempat belajar ramah
- f. Stabilitas keamanan
- g. Tempat belajar paling favorit
- h. Daya tarik tersendiri
- i. Suasana belajar menyenangkan
- j. Kualitas infrastruktur umum

3. Niat Berperilaku

Niat adalah keinginan seseorang di masa depan yang dapat didefinisikan sebagai kemungkinan untuk bertindak (Phau *et al.*, 2014). Niat berperilaku didefinisikan sebagai sebuah proses pengambilan keputusan yang mendasar untuk menentukan pilihan tujuan perjalanan. Niat mendorong perilaku seseorang ketika mereka hendak mengunjungi suatu tempat. Dengan demikian, mengukur niat adalah salah bentuk usaha yang tepat untuk memprediksi perilaku (Quintal *and* Phau, 2015; Fishbein *and* Ajzen, 1975).

Teori yang diperluas mengenai niat perilaku menetapkan bahwa nilai merupakan sebuah penentu yang mendasari perilaku konsumen. Niat berperilaku seseorang terkait dengan memilih tujuan yang spesifik pada nilai wisatawan, yang dapat mempengaruhi kesediaan untuk memilih tempat tujuan lain, atau untuk terus memilih layanan yang disediakan. Dengan begitu, niat adalah rencana konsumen untuk menggunakan suatu layanan tertentu atau menikmatinya saja dengan tujuan yang tepat sesuai yang diharapkan (Chang *and* Liu, 2009).

Niat berperilaku seseorang dapat menentukan perilakunya dimasa depan yang sesuai dengan yang diharapkan (Phau *et al.*, 2014). Perilaku adalah hasil dari nilai-nilai atau kepercayaan setiap individu tertentu (Fishbein *and* Ajzen, 1975; Li *and* Cai, 2012).

Untuk mengukur variabel niat berperilaku maka digunakan indikator pertanyaan dari Lam and Hsu, (2006), Kim *et al.*, (2012), Li and Cai, (2012), dan Quintal *and* Phau, (2015), yaitu:

- a. Berniat belajar kembali
- b. Berniat kembali mengunjungi
- c. Lebih merekomendasikan
- d. Akan menyarankan
- e. Akan mengajak keluarga
- f. Akan mengajak teman-teman
- g. Akan kembali

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur setiap pernyataan yang di berikan kepada responden. Skala Likert adalah alat untuk mengukur seberapa kuat subjek yang setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima poin (Sekaran & Bougie, 2013). Kemudian responden akan memilih salah satu dari pilihan jawaban yang tersedia, masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Total skor inilah yang nanti ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala *Likert*. Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Instrumen skala likert

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

Sumber: Sekaran *and* Bougie (2013)

H. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Confirmatory Factor Analysis (CFA) atau analisis faktor digunakan untuk menguji dimensional dari suatu konstruk teoritis dan sering disebut menguji validitas suatu konstruk teoritis (Ghozali, 2014). Pada umumnya sebelum melakukan analisis model struktural, peneliti terlebih dahulu harus melakukan pengukuran model (*measurement model*) untuk menguji validitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk atau variabel laten tersebut dengan menggunakan CFA. Dalam penelitian ini digunakan model CFA *first order*, dimana pada model CFA *first order* indikator-indikator di implementasikan dalam item-item yang secara langsung mengukur konstraknya. Dalam pengujian menggunakan CFA, indikator dikatakan valid jika *loading factor* $\geq 0,70$. Dalam riset-riset yang belum mapan *loading factor* $\geq 0,50 - 0,60$ masih dapat ditolerir (Ghozali, 2014).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukuran yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran tersebut dipakai berulang-ulang untuk mengukur gejala yang sama.

Tingkat reliabilitas yang diterima secara umum jika nilai CR (*Construct Reliability*) $> 0,70$ sedangkan reliabilitas $\leq 0,70$ dapat diterima untuk penelitian yang bersifat eksploratori. Selain itu, untuk semakin memperkuat hasil analisis dari uji reliabilitas dapat dilihat dengan hasil perhitungan rerata VE (*Variance Extracted*). Dimana ketika nilai VE yang diperoleh $> 0,5$ maka dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2014).

I. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan dari karakteristik variabel yang diteliti. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pernyataan dan pertanyaan pada kuesioner. Teknik analisis statistik deskriptif ini, seluruh item yang diteliti dideskripsikan dengan menggunakan nilai rata-rata dan persentase dari skor jawaban responden (Sekaran *and* Bougie, 2010).

Jawaban responden nantinya dikelompokkan secara deskriptif statistik dengan mengkategorikan berdasarkan perhitungan interval untuk menentukan masing-masing variabel. Jawaban responden terhadap item-item pernyataan dalam variabel penelitian diketahui melalui nilai indeks. Dimana nilai indeks tersebut diperoleh dari angka rentang skala (RS), adapun rumus untuk menghitung rentang skala (RS) yang dikemukakan oleh Simamora (2002) yaitu sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{b} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dimana: RS = Rentang Skala.

m = Angka maksimal dari poin skala dalam kuesioner.

n = Angka minimum dari poin skala dalam kuesioner.

b = Jumlah poin skala dalam kuesioner.

Hasil dari perhitungan rentang skala tersebut akan digunakan sebagai dasar interpretasi penilaian rata-rata untuk setiap indikator pada variabel penelitian. Penilaian tersebut dimuat dalam bentuk indeks rata-rata yang telah dimodifikasi dari Simamora (2002), yaitu sebagai berikut:

1. Nilai indeks antara 1,00-1,79 dikategorikan sangat rendah atau sangat buruk.
2. Nilai indeks antara 1,80-2,59 dikategorikan rendah atau buruk.
3. Nilai indeks antara 2,60-3,39 dikategorikan cukup atau sedang.
4. Nilai indeks antara 3,40-4,19 dikategorikan tinggi atau baik.

5. Nilai indeks antara 4,20-5,00 dikategorikan sangat tinggi atau baik sekali.

2. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan AMOS versi 24. Alasan penggunaan alat analisis ini karena adanya beberapa hubungan yang kompleks dari beberapa variabel yang diuji dalam penelitian ini, sehingga penggunaan AMOS mampu untuk mengkombinasikan beberapa teknik yang menyertakan analisis faktor, analisis *path* dan analisis regresi.

Dalam pengujian hipotesis perlu untuk memilih atau menentukan tingkat signifikansi dan untuk memilih tingkat signifikansi peneliti harus memerhatikan hasil penelitian terdahulu terhadap penelitian sejenis. Masing-masing bidang ilmu mempunyai standar yang berbeda dalam menentukan signifikansi. Pada ilmu sosial biasanya menggunakan tingkat signifikansi antara 90% ($\alpha = 10\%$) sampai 95% ($\alpha = 5\%$), sedangkan ilmu-ilmu eksakta biasanya menggunakan tingkat signifikansi antara 98% ($\alpha = 2\%$) sampai 99% ($\alpha = 1\%$). Terkait dengan hal tersebut, adapun tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ($\alpha = 5\%$). Artinya, keputusan peneliti untuk menolak atau mendukung hipotesis nol memiliki probabilitas kesalahan sebesar 5% (Ghozali, 2014).

J. Asumsi-Asumsi Penggunaan SEM

Menurut Ghozali (2014), sebelum melakukan pengujian terhadap konstruk-konstruk yang ada, beberapa persyaratan atau asumsi yang harus dipenuhi sebelum melakukan pengolahan SEM, antara lain:

1. Kecukupan Ukuran Sampel

Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam permodelan ini adalah minimum berjumlah 100-200 sampel atau jumlah indikator dikali 5–10 (Sekaran *and* Bougie (2010).

2. Uji *Outliers*

Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara *univariate* maupun *multivariate*. Jika terjadi *outliers* maka data tersebut dapat dikeluarkan dari analisis. Uji *Outliers multivariate* dilakukan dengan kriteria jarak *mahalanobis distance*. Kriteria yang digunakan adalah berdasarkan nilai *Chi-square* pada derajat kebebasan (*degree of freedom*), yaitu jumlah indikator pada tingkat signifikansi dengan $p < 0,001$. Apabila nilai *mahalanobis d-squared* lebih besar dari nilai *mahalanobis* pada tabel, maka data tersebut adalah *multivariate outliers* yang harus dikeluarkan (Ghozali, 2014).

3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dimaksudkan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi penelitian dari masing-masing variabel. Jika distribusi data tidak membentuk distribusi normal maka hasil analisis dikhawatirkan menjadi bias. Distribusi data dikatakan normal pada

tingkat signifikansi 0,01 jika *Critical Ratio* (CR), *skewenes* (kemiringan), atau CR *curtosis* (keruncingan) tidak lebih dari $\pm 2,58$ (Ghozali, 2014).

K. Langkah-Langkah SEM

Adapun langkah-langkah dalam pengujian SEM adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan Model Teoritis

Pengembangan model yang dimaksud dalam analisis SEM adalah model persamaan struktural yang didasarkan pada hubungan kausalitas. Kausalitas disini adalah suatu asumsi dimana perubahan yang terjadi pada satu variabel dapat memengaruhi perubahan pada variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas tersebut sangat dipengaruhi oleh justifikasi suatu teori yang mendukung analisis. Analisis SEM digunakan bukan untuk menghasilkan suatu model maupun kausalitas, tetapi untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam model melalui uji data empiris atau teori yang mendukung analisis (Ghozali, 2014).

2. Pengembangan Diagram Alur (*Path Diagram*)

Setelah menetapkan pengembangan model yang akan digunakan, langkah selanjutnya adalah menyusun hubungan setiap variabel dalam model dengan menggunakan diagram jalur dan menyusun strukturalnya.

Pada analisis SEM pengembangan diagram jalur sangat penting dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam melihat hubungan kausalitas pada setiap variabel yang sedang ditelitinya. Menurut Ghozali (2014), konstruk yang dibangun dalam diagram *path* dapat dibedakan dalam dua kelompok yaitu:

a. *Exogenous construct* atau konstruk eksogen

Konstruk eksogen disebut sebagai variabel independen yang tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model.

b. *Endogenous construct* atau konstruk endogen

Konstruk endogen merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

3. Memilih Matrik Input dan Estimasi Model

SEM hanya menggunakan matrik varian atau kovarian atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matrik korelasi mempunyai rentang yang sudah umum dan tertentu yaitu 0 sampai dengan ± 1 dan karena itu memungkinkan untuk melakukan perbandingan yang langsung antara koefisien dalam model. Matrik kovarian umumnya lebih banyak digunakan dalam penelitian mengenai hubungan, sebab *standard error* yang dilaporkan dari berbagai penelitian umumnya menunjukkan angka yang kurang akurat bila matrik korelasi digunakan sebagai input (Ghozali, 2014).

Estimasi model dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Maximum Likelihood Estimation* (ML). Teknik analisis *Maximum Likelihood Estimation* (ML) dipilih karena jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berada pada rentang 100-200 sampel.

4. Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

Masalah identifikasi model struktural sering dijumpai selama proses estimasi data berlangsung. Pada prinsipnya, masalah identifikasi muncul karena ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Menurut Ghozali (2014) masalah identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala sebagai berikut:

- a. Nilai *standard error* untuk satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar
- b. Program tidak mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.
- c. Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya *varians error* yang negatif.
- d. Munculnya korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat misalnya $> 0,9$.

5. Evaluasi Kriteria *Goodnes of Fit*

Evaluasi *goodness of fit* adalah suatu uji kesesuaian yang dilakukan terhadap model yang digunakan dalam penelitian. Evaluasi ini berfungsi untuk menghasilkan indikasi suatu perbandingan antara model yang dispesifikasi melalui matrik kovarian dengan indikator atau variabel observasi. Apabila nilai pada *goodness of fit* yang dihasilkan baik, maka model tersebut dapat diterima, sedangkan untuk hasil *goodness of fit* yang buruk maka model tersebut harus dilakukan modifikasi atau ditolak.

Menurut Ghozali (2014) ada beberapa indeks kesesuaian yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan suatu model penelitian adalah sebagai berikut:

a. X^2 – Uji *chi square statistic*

Uji *Chi Square* sangat bergantung pada besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian, karena *Chi Square* sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Model penelitian dikatakan baik apabila nilai yang dihasilkan dari uji *Chi Square* kecil. Semakin kecil nilai *Chi Square* yang dihasilkan, maka semakin baik model yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2014).

b. CMIN/DF

The minimum sample discrepancy function (CMIN) dibagi dengan *degrees of freedom* akan menghasilkan indeks CMIN/DF, yang umumnya dilaporkan oleh para peneliti sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat *fit*-nya sebuah model. Dalam hal ini CMIN/DF tidak lain adalah statistik *chi-square*, X^2 dibagi DF-nya sehingga disebut X^2 relatif. Nilai X^2 relatif kurang dari 2,0 atau bahkan kurang dari 0,3 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data (Ghozali, 2014).

c. GFI (*goodness of fit index*)

Indeks kesesuaian (*fit index*) ini akan menghitung proporsi tertimbang dari varian dalam matrik kovarian sampel yang

dijelaskan oleh matriks kovarian populasi yang terestimasi. GFI adalah sebuah ukuran *non-statistical* yang mempunyai rentang 0 (*poor fit*) sampai dengan 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah *better fit*, sedang besaran nilai antara 0,80 – 0,90 adalah *marginal fit* (Ghozali, 2014).

d. AGFI (*adjusted goodness of fit index*)

AGFI adalah analog dari R^2 dalam regresi berganda. *Fit index* ini dapat di-*adjust* terhadap *degrees of freedom* yang tersedia dalam menguji diterima tidaknya model. GFI maupun AGFI adalah kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matrik kovarian sampel. Nilai sebesar 0,95 dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik (*good overall model fit*), sedangkan besaran nilai antara 0,90 – 0,95 menunjukkan tingkatan yang cukup (*adequate fit*), dan besaran nilai antara 0,80 – 0,90 adalah *marginal fit* (Ghozali, 2014).

e. CFI (*comparative fit index*)

Besaran indeks ini adalah pada rentang nilai sebesar 0 – 1, dimana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi *a very good fit*. Nilai yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0,90$. Keunggulan dari indeks ini adalah bahwa indeks ini besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model (Ghozali, 2014).

f. TLI (*tucker lewis index*)

TLI adalah sebuah *alternative incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang di uji terhadap sebuah *baseline* model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah penerimaan $\geq 0,90$, dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan *a very good fit* (Ghozali, 2014).

g. NFI (*normed fit indeks*)

NFI merupakan ukuran perbandingan antara *proposed* model dan *null* model. Nilai NFI akan bervariasi dari 0 (*no fit at all*) sampai 1.0 (*Perfect fit*). Seperti halnya TLI tidak ada nilai *absolute* yang dapat digunakan sebagai standar, tetapi umumnya direkomendasikan sama atau $> 0,90$ (Ghozali, 2014).

h. IFI (*incremental fit index*)

IFI adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk melihat *goodness of fit* dari suatu model penelitian. Nilai IFI $\geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan nilai IFI $\leq 0,80$ sampai $\leq 0,90$ menunjukkan *marginal fit* (Ghozali, 2017).

i. RMSEA (*the root mean square error of approximation*)

RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *chi square statistic* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih

kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model tersebut berdasarkan *degrees of freedom* (Ghozali, 2014).

j. RMR/RMSR (*the root mean square residual*)

RMR mewakili nilai rata-rata residual yang diperoleh dari mencocokkan matrik varian-kovarian dari model yang dihipotesiskan dengan matrik varian-kovarian teramati, sehingga sukar untuk diinterpretasikan. *Standardized* RMR mewakili nilai rata-rata seluruh residuals dan mempunyai rentang dari 0 – 1. Model yang mempunyai kecocokan baik (*good fit*) akan mempunyai nilai *standardized* RMR/RMSR $\leq 0,05$ (Wijanto, 2008).

Berikut ini adalah ringkasan indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model yang disajikan dalam Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Goodness fit index

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut Off Value</i>
<i>X² – Chi Square</i>	Diharapkan Kecil
<i>Significancy Probability</i>	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,90$
NFI	$\geq 0,90$
IFI	$\geq 0,90$
RMSEA	$\leq 0,08$

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut Off Value</i>
RMR	$\leq 0,05$

Sumber: (Ghozali, 2014).

k. Uji Signifikansi Parameter

Keputusan signifikan atau tidaknya variabel indikator dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai *p-value* dengan tingkat signifikansi yang dipilih (α). Besarnya nilai α biasanya sebesar 5% (0,05). Selain itu, tingkat signifikansi juga dilihat dari nilai CR (*Critical Ratio*). Jika nilai CR $> 1,96$ maka variabel dikatakan signifikan dan jika tidak maka tidak signifikan, hal ini sama saja jika *p-value* $< 0,05$ maka variabel indikator dikatakan signifikan, sedangkan bila *p-value* $\geq 0,05$ maka variabel indikator dikatakan tidak signifikan (Ghozali, 2014). Interpretasi dan Modifikasi Model

Langkah terakhir dalam analisis SEM adalah menginterpretasikan model dan melakukan memodifikasi untuk model yang tidak memenuhi syarat. Sebelum melakukan memodifikasi terhadap model, hal yang terpenting yang harus diperhatikan bahwa segala modifikasi terhadap model (walaupun sangat sedikit) harus berdasarkan teori yang mendukung.

l. Uji SEM dengan Mediasi

Uji SEM dengan mediasi pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis apakah variabel mediasi persepsi citra manfaat

memiliki peran sebagai pemediasi pengaruh variabel eksogen (nilai konsumsi) terhadap variabel endogen (niat berperilaku).

Model mediasi pada SEM dapat dilihat dari pengaruh langsung, tidak langsung dan pengaruh total. Dimana hubungan tersebut dapat diukur dari nilai faktor *loading standard* masing-masing variabel pada *output standardized regression weights*. setelah nilai dari pengaruh langsung dan tidak langsung diperoleh maka langkah selanjutnya membandingkan nilai dari kedua hubungan. Apabila hubungan tidak langsung lebih tinggi nilainya dari pada hubungan langsung, maka variabel mediasi memiliki pengaruh sebagai pemediasi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen yang digunakan dalam penelitian.