

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Profil Shopee Indonesia**

Shopee adalah No. 1 Tempat Belanja Online se-Indonesia. Shopee merupakan sebuah platform yang dirancang khusus untuk menyuguhkan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman dan cepat dengan sistem pembayaran dan dukungan logistik yang kuat. Shopee memiliki tujuan untuk terus berkembang menjadi e-commerce pilihan utama di Indonesia. Shopee memiliki beragam pilihan kategori produk, mulai dari Elektronik, Perlengkapan Rumah, Kesehatan, Kecantikan, Ibu & Bayi, Fashion hingga Perlengkapan Olahraga. Shopee, anak perusahaan Sea Group, pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 secara serentak di 7 negara, yakni Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Sea Group memiliki misi untuk meningkatkan kualitas kehidupan para konsumen dan pengusaha kecil menjadi lebih baik dengan teknologi. Sea Group terdaftar di NYSE (Bursa Efek New York) di bawah simbol SE (Shopee, 2019).

Pada tahun 2015, Shopee pertamakali diluncurkan di Singapura sebagai pasar mobile-sentris sosial pertama dimana pengguna dapat menjelajahi, berbelanja, dan menjual kapan saja. Terintegrasi dengan dukungan logistik dan pembayaran yang bertujuan untuk membuat belanja online mudah dan aman bagi penjual dan pembeli. Shopee pertama kali dimulai sebagai pasar [pelanggan untuk pelanggan](#) (C2C) tetapi telah beralih ke model hibrid C2C dan [Bisnis untuk Pelanggan](#) (B2C) semenjak meluncurkan Shopee Mall yang merupakan platform toko daring untuk distribusi brand ternama. Pada tahun 2017 Shopee menerima penghargaan E-commerce Terbesar di Asia Tenggara. Lembaga analisis data aplikasi independen, [App Annie](#) merilis data bahwa Shopee menjadi e-commerce dengan jumlah total download app terbanyak di Asia Tenggara

dengan [Lazada](#) yang menempati posisi kedua. Shopee memiliki nilai total GMV di tahun 2018 sebanyak US \$ 2,7 miliar, naik 153 persen dari tahun 2017 (Wikipedia, 2019).

### 3.2 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian yang dipilih berada di Yogyakarta. Kerana subyek penelitiannya adalah mahasiswa yang berada di Yogyakarta. Yogyakarta memiliki lebih dari 100 perguruan tinggi. Yogyakarta juga disebut sebagai kota pelajar. Hal tersebut dapat dijadikan acuan untuk mewakili subjek mahasiswa yang ada di Indonesia.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah obyek atau subjek wilayah generalisasi yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang nantinya di pelajari dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti. Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa di Yogyakarta.

Menurut Sugiyono (2014) sampel adalah bagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Sub set ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Karena dalam penelitian ini ada kriteria yang harus dipenuhi, dan tidak semuanya dapat menjadi sampel dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2014) *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Adapun untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan adalah dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{z \frac{1}{2} a}{E} \right]^2$$

penjelasan:

n = banyaknya sampel yang diduga

Z = batas interval

$\alpha$  = Taraf kesalahan dalam pengujian yang biasanya digunakan

E = besarnya deviasi/eror atau tingkat kesalahan estimasi

Kesalahan dalam pengujian statistik sebesar 1%. Karena  $\alpha = 1\%$  maka  $z \frac{1}{2}\alpha = 2.58$  (dari table Z). Peneliti menentukan E = 0,1 dikarekan ini merupakan keputusan subyektif, peneliti menginginkan tingkat kesalahan dalam pengisian kuesioner yang terjadi tidak lebih dari 0,1 (10%), sedangkan tingkat kebenaran adalah 0,9 (90%).

Maka jumlah sampel yang akan di teliti oleh peneliti adalah:

$$n = 0,25 \left[ \frac{2,58^2}{0,1} \right]$$
$$= 166,41$$

jadi, besarnya n = 166,41. n dibulatkan menjadi 166 Orang.

Dengan demikian, maka jumlah sampel yang akan diteliti oleh peneliti adalah sebanyak 166 orang tetapi akan dibulatkan lagi menjadi 200 orang, untuk mempermudah perhitungan.

### **3.4 Defisini Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran Variabel**

Definisi operasional adalah definisi berdasarkan karakteristik yang dapat diamati atau diukur serta dapat diamati artinya memungkinkan penelitian untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat dalam suatu obyek atau fenomena yang dapat diulang oleh orang lain (Nursalam, 2008). Adapun definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu:

#### **3.3.1 Norma Subjektif**

Menurut Ajzen, Taylor dan Todd (dalam Lin, 2008) Norma Subjektif adalah tekanan sosial dirasakan oleh konsumen saat memutuskan

untuk mengambil tindakan tertentu. Norma subjektif terutama terdiri dari keyakinan normatif dan motivasi untuk patuh. Studi ini berfokus pada perilaku konsumen, sehingga norma subjektif didefinisikan sebagai pengaruh anggota keluarga konsumen atau teman sebaya terhadap keputusan konsumsi dan diukur dengan menyelidiki tekanan pendapat anggota keluarga tentang keputusan, pengaruh hubungan dekat atau jauh dengan anggota keluarga lainnya pada keputusan, pengaruh dukungan keuangan keluarga pada keputusan, dan tekanan pendapat rekan tentang keputusan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lin (2008a), maka indikator dari norma subjektif pada aplikasi Shopee sebagai berikut:

1. Saya berbelanja melalui aplikasi Shopee atas saran keluarga saya
2. Saya berbelanja melalui aplikasi Shopee sesuai dengan harapan teman atau rekan-rekan saya
3. Saya berbelanja melalui aplikasi Shopee karena dipengaruhi oleh kebanyakan orang yang saya anggap penting
4. Saya berbelanja melalui aplikasi Shopee karena aplikasi tersebut banyak digunakan orang lain

### **3.3.2 Resiko yang Dirasakan**

Menurut Roselius, Kaphan, dan Jacoby, Broker, Tan (dalam Lin, 2008) penilaian pribadi terhadap risiko situasional, yaitu kemungkinan estimasi dan pengendalian ketidakpastian situasi. Dalam Studi risiko yang dirasakan didefinisikan sebagai tingkat efek negatif yang secara subyektif dirasakan oleh konsumen ketika menggunakan sistem informasi online. Ini diukur dengan pengungkapan data pribadi, rasa tidak aman transaksi, dan kemungkinan kesalahan informasi produk online. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lin (2008a), maka indikator dari resiko yang dirasakan pada aplikasi Shopee sebagai berikut:

1. Resiko berbelanja melalui aplikasi Shopee dapat mengungkapkan data pribadi saya

2. Resiko berbelanja melalui aplikasi Shopee dapat menyebabkan ketidakamanan dalam transaksi
3. Resiko kemungkinan besar informasi atau produk yang dipesan salah

### **3.3.3 Perilaku Aktual**

Menurut Ajzen (Lin, 2008a) perilaku aktual adalah tindakan yang diambil dalam situasi atau lingkungan tertentu untuk tujuan tertentu. Perilaku aktual didefinisikan dalam Studi ini sebagai aktivitas pembelian aktual konsumen berdasarkan informasi produk online. Ini diukur dengan menyelidiki apakah konsumen tertarik dengan informasi produk online dan, dengan demikian, benar-benar berpartisipasi dalam kegiatan pembelian, dan apakah konsumen perlu melakukan pembelian dan, dengan demikian, bersedia untuk berpartisipasi dalam kegiatan pembelian. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lin (2008b), maka indikator dari perilaku aktual pada aplikasi Shopee sebagai berikut:

1. Saya tertarik berbelanja berdasarkan informasi produk yang terdapat diaplikasi Shopee
2. Saya berbelanja melalui aplikasi Shopee karena kebutuhan pribadi
3. Saya berbelanja melalui aplikasi Shopee didorong oleh informasi atau aktivitas produk online

### **3.3.4 Perilaku Pasca Pembelian**

Menurut Parasuraman (dalam Lin, 2008) perilaku pasca pembelian adalah tindakan yang diambil oleh konsumen setelah perilaku pembelian yang sebenarnya. Itu diukur dengan menyelidiki (1) Transfer (konsumen memilih produk dari nama merek lain bahkan ketika kondisi preferensi disediakan), (2) Lebih banyak pengabdian (konsumen bersedia untuk membeli bahkan ketika harga naik atau memproduksi lebih mahal daripada nama merek lain), (3) Respons eksternal (konsumen akan mengajukan keluhan, menanggapi kerabat atau teman mereka, melaporkan kepada pihak berwenang terkait), (4) Respons internal (konsumen akan merespons

karyawan atau penyelia mereka ketika kesulitan menyelesaikan masalah). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lin (2008a), maka indikator dari perilaku pasca pembelian pada aplikasi Shopee sebagai berikut:

1. Saya tetap berbelanja melalui aplikasi Shopee walaupun harga yang ditawarkan mengalami kenaikan
2. Saya membayar harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang saya terima dari Shopee
3. Saya beralih ke aplikasi lain jika anda mengalami masalah dengan layanan yang diberikan oleh Shopee
4. Saya melaporkan keluhan kepada pihak Shopee jika saya mendapat masalah dengan layanan yang diberikan

### **3.5 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan hasil data yang diperoleh secara langsung dari responden dilokasi penelitian. Pada penelitian ini berdasarkan masalah yang ada, data akan di ambil langsung dari responden dengan cara penyebaran kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan tentang variabel-variabel yang di teliti. (Nurmadina, 2014).

Pengumpulan data menggunakan kuesioner dilakukan karena sifatnya yang fleksibel dan mudah untuk digunakan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan pertanyaan terstruktur, sehingga responden tidak memiliki alternatif jawaban yang lain. Kuesioner nantinya akan dibagikan secara online melalui *Google Form*.

Isi kuesioner pengumpulan data adalah sebagai berikut:

- Bagian I : berisi tentang *Subjective Norm* (Norma Subjektif)  
Bagian II : berisi tentang *Perceived Risk* (Resiko yang dirasakan)  
Bagian III : berisi tentang *Actual Behavior* (Perilaku Pembelian Aktual)  
Bagian IV : berisi tentang *Post-purchase Behavior* (Perilaku Pasca Pembelian)

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan *Skala Likert*. Skala ini juga biasa dikenal dengan *summarated-rated scale*. Skala ini merupakan skala yang paling luas dan paling sering digunakan dalam penelitian, hal ini karena skala *likert* memungkinkan peneliti untuk mengungkap intensitas perilaku dan perasaan responde (Nindi, 2018). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat dari seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala *likert*, maka variable yang diukur dijelaskan menjadi indicator variable. selanjutnya indikator tersebut menjadi sebagai titik tolak untuk menyusun butir-butir pertanyaan atau pernyataan (Ramadhani, 2017).

Penelitian ini menggunakan pertanyaan yang tertutup. Yang dimaksud dengan pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang yang diberikan jawabannya telah disediakan oleh peneliti. Dengan memberikan sekitar 5 alternatif jawaban peneliti mengharapkan responden akan lebih tegas dalam memberikan jawaban pada pertanyaan. Masing-masing jawaban memiliki bobot skor tersendiri. Sehingga hasilnya dapat diolah ke dalam data kuantitatif. Untuk itu, maka jawaban yang disediakan akan di beri skor sebagai berikut:

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

Skor yang dihasilkan dari jawaban respon nantinya akan di rata-rata dan dihitung dengan rumus interval sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dari Interval tersebut dapat ditentukan skala distribusi kriteria pendapat responden sebagai berikut:

- i. Interval 1,00 - 1,8 kategori sangat tidak setuju

- ii. Interval 1,81 - 2,60 kategori tidak setuju
- iii. Interval 2,61 - 3,41 kategori netral
- iv. Interval 3,42 - 4,22 kategori setuju
- v. Interval 4,23 - 5 kategori sangat setuju

Skor jawaban dengan interval 1,00 - 1,8 menunjukkan bahwa penilaian terhadap variable tersebut memiliki kecenderungan nilai yang rendah. Sedangkan skor jawaban dengan interval 4,23 - 5 menunjukkan bahwa penilaian terhadap variable tersebut memiliki kecenderungan nilai yang tinggi.

### **3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Untuk dapat memperoleh data yang baik dan benar, maka dibutuhkan instrumen penelitian yang valid dan reliabel. Ada baiknya melakukan uji validitas dan reliabilitas sebelum dilakukan pengumpulan data kuesioner penelitian. Dengan menyebarkan kuesioner terlebih dahulu kepada 50 responden.

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2004) apabila dapat menunjukkan data alat ukur untuk mendapatkan data itu valid dan dapat digunakan untuk mengukur berarti instrument penelitian dikatakan valid. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor nilai dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur dengan program SPSS versi 23 dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% item pernyataan dikatakan valid apabila di dapat nilai probabilitas tingkat kesalahan = 5% (0,05). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan 50 responden (n=50). Kriteria yang digunakan dalam menentukan valid atau tidaknya suatu pernyataan yang digunakan dalam penelitian adalah memiliki tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ). *Degree of freedom* (df) = n-2 = 50 - 2 = 48, diperoleh nilai r tabel = 0,284. Jika nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel maka butir pernyataan dikatakan valid. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka hasil pengujian dapat di tunjukkan dalam Tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3.1** Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung n=50	r tabel	Keterangan
<i>Subjective Norm</i> (Norma Subjektif) (NS)	NS1	0,646	0,284	Valid
	NS2	0,827	0,284	Valid
	NS3	0,853	0,284	Valid
	NS4	0,677	0,284	Valid
<i>Perceived Risk</i> (Resiko yang dirasakan) (PR)	PR1	0,843	0,284	Valid
	PR2	0,904	0,284	Valid
	PR3	0,744	0,284	Valid
<i>Actual Behavior</i> (Perilaku pembelian aktual) (AB)	AB1	0,833	0,284	Valid
	AB2	0,863	0,284	Valid
	AB3	0,818	0,284	Valid
<i>Post-purchase Behavior</i> (Perilaku pasca pembelian) (PPB)	PPB1	0,570	0,284	Valid
	PPB2	0,761	0,284	Valid
	PPB3	0,508	0,284	Valid
	PPB4	0,501	0,284	Valid

Sumber : Hasil Olah Data 2019

Berdasar pada hasil pengujian validitas terhadap 50 sampel seperti tabel 3.1 diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan menghasilkan nilai yang lebih besar dari r tabel (0,284). Dengan demikian seluruh pernyataan penelitian dinyatakan valid.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dan alat ukur yang sama. Yang dimaksud reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat

pengumpulan data karena instrument tersebut baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Ali dan Limakrisna, 2013).

Pada program SPSS versi 23, uji statistic *cronbach Alpha* digunakan dalam mengolah data untuk mengukur reliabilitas. Apabila *cronbach alpha* > 0.60 maka variabel tersebut dikatakan *Reliable* (Ghozali, 2005). Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian dapat di tunjukkan pada tabel 3.2 berikut :

**Tabel 3.2** Hasil Uji Reliabilitas

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b><i>Standart Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
<i>Subjective Norm</i> (Norma Subjektif) (NS)	0,799	0,60	Reliabel
<i>Perceived Risk</i> (Resiko yang dirasakan) (PR)	0,840	0,60	Reliabel
<i>Actual Behavior</i> (Perilaku Pembelian Aktual) (AB)	0,839	0,60	Reliabel
<i>Post-purchase Behavior</i> (Perilaku pasca Pembelian) (PPB)	0,707	0.60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data 2019

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas terhadap 50 sampel seperti tabel 3.2 diatas dapat di ketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Aplha* pada masing-masing variable nilainya lebih besar dari 0.60 maka semua r pernyataan pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

### 3.7 Metode Analisis Data

Setelah mendapatkan data yang diinginkan, maka data tersebut harus di olah dan dianalisis terlebih dahulu. Untuk itu peneliti memilih teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM atau yang lebih dikenal dengan Model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) merupakan teknik analisis multivariate generasi kedua yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variable yang kompleks, baik *recursive* maupaun *nonrecursive* dan digunakan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model yang berarti memungkinkan peneliti utntuk melakukan penelitian pengaruh beberapa variable terhadap vaiabel lain secara simultan (Ghozali dan Fuad, 2008). Sesuai dengan model penelitian yang sudah ditentukan, maka penelitian ini menggunakan alat analisis SEM, semetara aplikasi program yang digunakan untuk mengolah data adalah AMOS.

### **3.6.1 Konsep SEM**

Menurut Hox dan Behger (dalam Sarjono dan Julianita. 2015) *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah teknik analisis multivariate yang dikembangkan guna menutupi keterbatasan yang dimiliki oleh model-model analisis sebelumnya yang telah digunakan secara luas dalam penelitian statistik. Menurut Hoe, SEM adalah teknik statistic yang kuat dengan menggabungkan model pengukuran atau analisis factor konfirmatoru dan model strukturan menjadi uji statistic simultan. Menurut Mustika (dalam Nindi. 2014) berikut ini adalah konsep dan istilah-istilah yang terdapat dalam SEM :

1. Model jalur adalah variable bebas, variable perantara, dan variable terikat yang dihubungkan dengan suatu diagram. Antar hubungan variable pola ditunjukkan dengan menggunakan anak panah. Dalam menunjukkan hubungan sebab akibat yang dimiliki antar variable digunakan anak panak tunggal. Sedangkan untuk menunjukkan korelasi antar pasangan variable digunakan anak panah ganda.

2. Variable eksogen meruokan variable yang tidak ada penyebab eksplisitnya atau jika dalam diagram tidak ada anak panah yang menuju kearahnya.
3. Variable endogen adalah variable yang memiliki anak panah yang menuju kearah variable tersebut. Variable yang termasuk diantaranya adalah variabel perantara dan variabel terikat.
4. Variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Pada umumnya variabel ini akan diukur terlebih dahulu manifestnya. Dalam variabel laten dibagi menjadi 2, yaitu:
  - a. Variabel laten eksogen adalah variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat,
  - b. Variabel laten endogen adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas
5. Variabel manifest adalah variabel yang digunakan untuk menjelaskan atau mengukur variabel laten. Dalam beberapa variabel manifest terdapat satu variable laten.
6. Koefisien jalur merupakan koefisien regresi standar, biasanya disebut dengan istilah beta ( $\beta$ ) variabel terikat dalam model jalur tertentu menunjukkan pengaruh langsung.
7. Analisis factor penegasan merupakan analisis factor yang didapat dari sebuah teknik keberlanjutan dimana pengujian hipotesis-hipotesis struktur *factor loadings* dan interkorelasi dilakukan.

### 3.6.2 Karakteristik SEM

Menurut Ghozali dan Fuad (2008), karakteristik dari SEM (*Structural Equation Modeling*) sebagai berikut :

1. SEM adalah teknik analisis data multivariate interdependensi dan depensi yang dikombinasikan, yaitu analisis factor konfirmatori dan analisis jalur.

2. Variabel dianalisis merupakan variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat di observasi langsung tetapi diukur melalui indikator-indikator atau variabel manifest.
3. Menghasilkan model bukanlah tujuan dari SEM. Tetapi SEM menguji atau mengkonfirmasi model berbasis teori, yaitu model pengukuran dan model structural.

### 3.6.3 Asumsi-asumsi SEM

Ada hal-hal yang perlu di perhatikan dalam melakukan pengujian model structural sebelum pendekatan SEM digunakan (Nindi, 2014):

- a. Asumsi Kecukupan Sampel

Menurut Ghozali dan Fuad (2008) asumsi kecukupan sampel adalah jumlah sample yang diambil harus berjumlah 100 - 200 sampel atau 5 kali dari estimasi yang digunakan.

- b. Asumsi Normalitas

Untuk dipenuhinya asumsi normalitas pada data mengharuskan dalam SEM terdapat estimasi dengan teknik maksimum *likelihood*.

Untuk asumsi normalitas yang diujikan, maka nilai statistic Z untuk *skewness* dan kurtosis yang digunakan. Disebutkan oleh Curran dkk bahwa distribusi data dibagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Jika nilai *skewness*  $< 2.58$  dan nilai kurtosisnya  $> 7$  maka data dapat dikatakan normal
2. Jika besarnya data yang tidak normal adalah sedang disebut dengan *Moderately non-normal*. Dimana nilai *skewnes* yang diperoleh antara 2-3 dan nilai kurtosisnya adalah antara 7-22
3. Jika besarnya distribusi data yang tidak normal adalah besar disebut dengan *Extremely non-normal*. Dimana nilai *skewness*  $> 3$  dan nilai kurtosis  $< 21$

- c. Asumsi *Outliers*

Menurut Ghozali dan Fuad (2008), *Outliers* merupakan karakteristik unik dalam observasi, terlihat perbedaan yang sangat

jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal maupun variabel kombinasi. Apabila hasil  $P < 0,001$  maka terjadi outlier.

#### 3.6.4 Uji kelayakan SEM

Menurut Ferdinand (2006), diperlukan beberapa keselarasan dan *cut-off value* untuk melakukan uji kelayakan dan uji statistik dalam pengujian sebuah model :

a. Chi-Square(  $\chi^2$  )

Dengan melihat kepada output akan didapat perhitungan chi-square. Jika memiliki nilai chi-square yang rendah, maka sebuah model tersebut akan dianggap baik atau memuaskan. Berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar  $p > 0.05$  atau  $p > 0.10$

b. RMSEA (*The Root Mean Square of Approximation*)

RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi chi-square dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness-of-fit* yang dapat diharapkan jika model di estimasi dalam populasi. Hasil yang lebih kecil atau sama dengan 0.08 pada nilai RMSEA merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan pada *degrees of freedom*.

c. GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI mempunyai rentang nilai antara 0 (poor fit) - 1,0 (perfect fit) untuk ukuran *non statistical*. Dapat dikatakan *better fit* jika nilai yang ditunjukkan dalam indeks tinggi.

d. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

Dalam AGFI yang direkomendasikan dalam tingkat penerimaan adalah jika AGFI mempunyai nilai  $> 0.90$

e. CMIN/DF

CMIN/DF menunjukkan *the minimum sample discrepancy function* yang dibagi dengan *degree of freedom*. CMIN/DF merupakan *statistic chi-square*,  $\chi^2$  dibagi DF disebut  $\chi^2$  relatif. Bila nilai  $\chi^2$ relatif < 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data

f. TLI (*Tucker Lewis Indeks*)

TLI adalah sebuah *alternative fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan diterimanya sebuah model adalah > 0.90 dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*

g. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI yang mendekati 1 mengindikasikan tingkat *Fit* yang paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan untuk CFI adalah > 0,90.