

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian dibagi menjadi 2 jenis berdasarkan sifatnya yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini tergolong ke dalam penelitian kuantitatif karena apabila melihat sifat hubungan variabel dalam penelitian ini adalah sebab-akibat (kausal) sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Sugiyono (2017), peneliti kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel dependen dan independen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan pengertiannya, metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, yang masing-masing akan dijelaskan dalam poin berikut.

3.2.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2017), data primer/sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Burns & Bush (2006) mendefinisikan data primer sebagai informasi/data yang dikembangkan atau dikumpulkan oleh peneliti khusus untuk penelitian yang sedang dilakukan. Berdasarkan definisi tersebut, data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner

secara langsung kepada 200 konsumen *smartphone* Oppo sebagai responden yang berdomisili di Bandar Lampung.

3.2.2 Data Sekunder

Sugiyono (2017) mendefinisikan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (peneliti), misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Definisi lain data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya digunakan untuk beberapa tujuan lainnya, dalam hal ini data primer yang mungkin dikumpulkan oleh seseorang peneliti dapat menjadi data untuk peneliti lainnya (Beri, 2008). Berdasarkan definisi tersebut, maka data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari jurnal, buku, dan artikel dari internet.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2017) menjelaskan ada beberapa metode dalam mengumpulkan data penelitian, diantaranya adalah interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket) karena mengingat jumlah responden yang ditargetkan dalam penelitian ini berjumlah 200 responden yang terbilang cukup besar dan mencakup wilayah Bandar Lampung, maka metode kuesioner akan lebih cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. (Sugiyono, 2017)

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. (Sugiono, 2017). Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan

mengenai data diri responden serta pertanyaan dari indikator tiap-tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Pertanyaan dalam kuesioner diukur dengan *Likert Scale* (skala Likert). *Likert Scale* merupakan skala *rating* yang banyak digunakan yang membutuhkan responden untuk mengidentifikasi tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap objek stimulus melalui rangkaian pertanyaan (Malhotra, 2010). Untuk melakukan analisis, setiap pertanyaan/pernyataan diberikan skor angka, mulai dari -2 sampai +2 atau 1 sampai 5. Dalam penelitian ini, digunakan *Likert Scale* dengan rentang skor angka 1 sampai 5, yang mempunyai 5 tingkat preferensi jawaban, masing-masing mempunyai rincian sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi bobot/skor 1
2. Tidak Setuju : diberi bobot/skor 2
3. Netral (N) : diberi bobot/skor 3
4. Setuju (S) : diberi bobot/skor 4
5. Sangat Setuju (SS) : diberi bobot/skor 5

3.3.2 Dokumentasi

Data berasal dari jurnal atau karya ilmiah lainnya yang dapat berasal dari internet maupun perpustakaan, yang memiliki kaitan dengan penelitian ini.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2017) mengemukakan definisi populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan lokasi penelitian, maka

populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Oppo di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi (Sugiono, 2017). Pengambilan sampel ditujukan untuk memperoleh informasi dari suatu populasi (Aaker *et.al*, 2013). Berdasarkan pengertian tersebut, maka sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Oppo di Kecamatan Kedaton, Bandar Lampung. Sedangkan dalam pengambilan sampel, digunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Hal yang melandasi penggunaan teknik *convenience sampling* dalam penelitian ini adalah karena kemudahan.

3.4.3 Ukuran Sampel

Dalam menentukan ukuran sampel, ada beberapa cara yang dapat digunakan, seperti menggunakan rumus atau berdasarkan teori yang ada. Menurut Sugiyono (2017), besarnya ukuran sampel yang tepat digunakan dalam penelitian adalah tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, sehingga dalam menentukan ukuran sampel, digunakan teori yang ada. Hair *et.al* (2014) menjelaskan bahwa dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian SEM ada 2 teknik yang dapat digunakan yaitu teknik statistik dan estimasi. Prosedur estimasi yang paling banyak digunakan adalah *maximum likelihood estimation* (MLE). Sebuah studi menyarankan ukuran sampel sebesar 200 untuk memberikan dasar yang kuat untuk estimasi. Secara teori, ukuran sampel untuk analisis SEM, berkisar antara 200-400 untuk model-model yang mempunyai indikator antara 10-15 *item* (Sarwono, 2013). *Rule of thumb* lainnya seperti yang dijelaskan oleh Santoso (2011), bahwa jumlah sampel sebanyak 200 data pada umumnya dapat diterima sebagai sampel yang representatif dalam analisis SEM (Santoso, 2011).

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, dalam penelitian ini digunakan variabel *independen* dan variabel *dependen*.

3.5.1 Variabel Independen

Sugiyono (2017) mendefinisikan variabel independen sebagai variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Definisi lainnya, seperti yang dikemukakan oleh Maholtra (2010), variabel independen adalah variabel atau alternatif yang dimanipulasi (yaitu, tingkat variabel-variabel ini diubah oleh peneliti) dan yang pengaruhnya diukur dan dibandingkan. Berdasarkan definisi tersebut, maka variabel independen dalam penelitian ini adalah *Country of Origin* (X1).

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel *dependen* atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independen* (Sugiyono, 2017). Berdasarkan definisi tersebut, maka variabel dependen dalam penelitian ini adalah *perceived quality* (Y1), *brand image* (Y2) dan *purchase intention* (Y2)

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Empirik	Pengukuran
<i>Country of Origin</i>	<i>Country of origin</i> adalah sekumpulan asosiasi mental dan kepercayaan seseorang akan suatu produk yang dipicu oleh negara asal produk (Kotler, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi negara asal dalam berproduksi 2. Tingkat kemajuan teknologi negara asal merek 3. Prestise yang dimiliki negara asal merek 4. Citra negara asal merek sebagai negara maju 5. Desain produksi 	Skala Likert 1-5
<i>Brand Image</i>	Citra merek (<i>brand image</i>) merupakan persepsi konsumen tentang sebuah merek, yang tercermin dari asosiasi merek yang dikendalikan oleh memori konsumen (Keller, 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek yang kuat 2. Reputasi merek 3. <i>Corporate image</i> 4. <i>User image</i> 5. <i>Product image</i> 	Skala Likert 1-5
<i>Perceived Quality</i>	Persepsi kualitas (<i>perceived quality</i>) didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap keunggulan atau superioritas produk secara keseluruhan. Oleh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performa 2. Ketahanan 3. Fitur 4. Layanan produk 5. Kesesuaian dengan spesifikasi 	Skala Likert 1-5

	sebab itu, persepsi kualitas (<i>perceived quality</i>) didasarkan pada evaluasi subyektif konsumen (bukan manajer atau pakar) terhadap kualitas produk (Fandy Tjiptono, 2011)		
<i>Purchase Intention</i>	Minat beli (<i>purchase intention</i>) merupakan seperangkat tindakan lain terkait erat dengan sikap dan pertimbangan merek yang fokus pada kemungkinan membeli merek atau beralih ke merek lain (Keller, 2013).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rencana 2. Harapan 3. Keinginan 4. Finansial 5. <i>Replacement</i> 	Skala Likert 1-5

Sumber: Jurnal Manajemen/Volume XVIII, "Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian" (Magyar Slamet P & Jony Oktavian H., 2014)

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk pengukuran (kuesioner) yang secara akurat mempresentasikan apa yang seharusnya dilakukan (Hair *et.al*, 2013) atau secara singkatnya merupakan akurasi dari sebuah pengukuran (Burns & Bush, 2014). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas adalah mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sama dengan 0,05 maka dinyatakan valid dan apabila r hitung sig lebih dari 0,05 maka dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2011).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu ukuran untuk variabel yang sedang diteliti apakah mengukur nilai yang “benar” dan bebas dari *error* (Hair *et.al*, 2013). Definisi lainnya, reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel (Ghozali,2011). Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Dalam penelitian ini pengukuran hanya dilakukan sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Alat untuk mengukur reliabilitas yang banyak digunakan adalah *Cronbach Alpha*. Secara umum, disepakati nilai minimum *cronbach's alpha* adalah 0.7, walaupun nilai 0.6 juga dapat digunakan dalam penelitian eksploratori. (Hair, *et.al*, 2013).

3.8. Metode Analisis Data

Sugiyono (2017) mengemukakan definisi metode analisis data merupakan proses pengelompokan data berdasarkan variable dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Ada beberapa metode analisis data, diantaranya: analisis regresi, analisis regresi berganda, analisis multidimensi, analisis jalur (*path analysis*), analisis faktor (*factor analysis*), dan analisis persamaan struktural (*structural equation modeling/SEM*). Dari beberapa metode yang telah disebutkan, dalam

penelitian ini menggunakan metode analisis data *structural equation modeling* (SEM) yang selanjutnya akan dijabarkan pada poin selanjutnya.

3.8.1. Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)

Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis data persamaan model struktural atau biasa dikenal dengan SEM (*structured equation model*). Hair, *et.al* (2013), mendefinisikan *structural equation modeling* (SEM) merupakan suatu teknik multivariat yang mengkombinasikan aspek-aspek analisis faktor dan regresi berganda yang memungkinkan peneliti untuk melakukan uji secara simultan terhadap rangkaian hubungan dependen yang saling terhubung diantara variabel yang terukur dan konstruk laten (variabel) juga diantara beberapa konstruk laten. SEM juga dikenal dengan nama lain seperti *covariance structure analysis*, *latent variable analysis*, dan *causal modeling*. Dalam SEM, model umumnya dibuat untuk menguji hipotesis tertentu dari teori yang ada. Model SEM terdiri dari 2 model: model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*) (Maholtra, 2010). *Measurement model* menggambarkan bagaimana variabel teramati (terukur) menjelaskan konstruk. *Measurement model* menjelaskan teori yang menetapkan variabel teramati untuk setiap konstruk dan memungkinkan penilaian terhadap validitas konstruk. Sedangkan, model struktural (*structural model*) menunjukkan bagaimana konstruk-konstruk saling berhubungan satu sama lain, umumnya pada hubungan dependen berganda, dan menjelaskan hubungan mana yang ada dan tidak ada. Dalam SEM, variabel yang tidak dapat diamati secara langsung dan dijelaskan oleh variabel indikator disebut dengan konstruk atau variabel laten, dan dalam hal ini yang menjadi variabel laten/konstruk dalam penelitian ini adalah *country of origin*, *brand image*, *perceived quality*, dan *purchase intention*. Sedangkan variabel indikator adalah variabel yang dapat diamati dan diukur yang menjelaskan konstruk. Maholtra (2010) menjelaskan untuk melakukan analisis SEM ada beberapa tahapan diantaranya:

1. Mendefinisikan individu konstruk
2. Mengembangkan dan menggambarkan model pengukuran
3. Menguji validitas model pengukuran
4. Menggambarkan model struktural
5. Menguji validitas model struktural
6. Membuat kesimpulan dan rekomendasi

3.8.1.1 Uji Kecocokan Model

Suatu model konstruk yang telah dirancang, perlu dilakukan uji kecocokan model atau biasa dikenal dengan uji *goodness of fit*, yang bertujuan untuk menguji apakah model yang telah dibuat sesuai berdasarkan teori yang ada. Hair *et.al* (2013) dan Maholtra (2010) menjelaskan ada beberapa metode untuk melihat kecocokan suatu model secara menyeluruh diantaranya: (1) Uji statistika Chi Squares; (2) *Goodness of Fit Index* (GFI); (3) *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI), *Root Mean Squares Residual* (RMSR), CFI (*Comparative Fit Index*), TLI (*Tucker Lewis Index*), dan *The Minimum Sample Discrepancy Function/CMNF*. Dari beberapa uji kelayakan model tersebut, model dikatakan layak jika paling tidak salah satu metode uji kelayakan model terpenuhi. Bila uji kelayakan model bisa memenuhi lebih dari satu kriteria kelayakan model, model analisis konfirmatori akan jauh lebih baik daripada hanya satu yang terpenuhi.

a. *Root Mean Squares Error of Approximation* (RMSEA)

Kelemahan uji Chi Squares adalah sangat sensitif terhadap jumlah sampel. Sebagai alternative dan pembanding uji chi square, telah dikembangkan uji kelayakan analisis faktor konfirmatori. Salah satunya

adalah *Root Mean Squares of Error Approximation*. Adapun formula dari RMSEA adalah sebagai berikut:

$$RMSEA = \sqrt{\frac{\chi^2 - P(P + Q) / 2 - Q}{(N - 1)P(P + Q) / 2 - Q}}$$

Dimana χ^2 = nilai χ^2 model
 Q = jumlah parameter yang diduga
 P = jumlah variabel indikator
 N = jumlah sampel

Sebagai rule of thumb untuk melihat kelayakan model, *cut off value* adalah bila RMSEA kurang dari sama dengan 0,08. Jika nilai RMSEA besarnya 0.08 atau lebih kecil maka model dianggap layak, sebaliknya jika nilainya diatas 0.08 maka model dianggap tidak layak.

b. *Goodness of Fit Index (GFI)*

Selain RMSEA, uji kelayakan model analisis faktor konfirmatori juga bisa dievaluasi dengan menggunakan *Goodness of Fit Index (GFI)*. GFI dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut:

$$GFI = 1 - \frac{tr [(\Sigma^{-1}S - I)^2]}{tr [(\Sigma^{-1}S)^2]}$$

Dimana tr = Trace Matriks
 S = Kovarian matriks awal
 S = Kovarian matriks model
 I = Identitas matriks

Uji kelayakan GFI ini seperti nilai koefisien determinasi (R^2) di dalam uji kelayakan atau kebaikan hasil regresi,

nilainya $0 \leq GFI \leq 1$. Semakin tinggi nilai GFI atau mendekati 1 maka semakin layak model sedangkan nilai GFI semakin mendekati model maka semakin tidak layak model. Sebagai rule of thumb biasanya model dianggap layak apabila nilai $GFI \geq 0.90$ sebagai *cut off value* -nya.

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

Uji kelayakan *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)* merupakan uji kelayakan GFI yang disesuaikan. AGFI ini analog dengan koefisien determinasi yang disesuaikan ($\text{Adjusted } R^2$) dalam regresi berganda. AGFI ini merupakan GFI yang disesuaikan dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*). Adapun formula untuk GFI sebagai berikut:

$$AGFI = 1 - \left[\frac{p(p+1)}{2df} \right] [1 - GFI]$$

Dimana, P = jumlah indikator

Df = *degree of freedom*

Nilainya terletak antara $0 \leq GFI \leq 1$. Sebagaimana uji kelayakan GFI, semakin nilainya mendekati 1 maka semakin baik model dan sebaliknya semakin mendekati angka 0 semakin tidak layak sebagai model. Namun, tidak ada nilai yang pasti AGFI untuk menentukan apakah suatu model layak atau tidak. Suatu model dinyatakan cocok (*fit*) apabila nilai $AGFI \geq 0,90$ (Maholtra, 2010)

d. *Root Mean Squares Residual (RMSR)*

Uji kelayakan model analisis faktor konfirmatori bisa juga dilihat dengan menggunakan *Root Mean Squares Residual* (RMSR). RMSR ini merupakan akar dari rata-rata pangkat residual. Adapun formula untuk mencari uji kelayakan model dengan RMSR sebagai berikut:

$$RMSR = \sqrt{\frac{\sum_{I=1}^P \sum_{J=1}^I (S_{IJ} - \sigma_{IJ})^2}{P(P+1)/2}}$$

Semakin kecil nilai RMSR suatu model, maka semakin sesuai (FIT) atau laya karena ada kesesuaian antara model dan data dan sebaliknya semakin besar nilai RMSR model maka semakin tidak sesuatu atau kurang layak. Para peneliti biasanya menggunakan *cut off value* sebesar 0.05. Jika nilai RMSR sama atau kurang dari 0.05 maka model adalah baik (*fit*) dan sebaliknya apabila nilainya lebih dari 0.05 maka model dinyatakan kurang baik.

e. *Tucker Lewis Index (TLI)*

TLI secara konsep serupa dengan CFI. Apabila nilai TLI mendekati 1, maka model tersebut mempunyai kecocokan yang sangat tinggi, dan sebaliknya, jika nilai mendekati 0, model yang dibuat mempunyai nilai kecocokan yang rendah. Sebagai *cut off value*, sebuah model dinyatakan *good fit* apabila nilai $TLI \geq 0.90$

f. *Normed Fit Index (NFI)*

NFI adalah salah satu indeks (*indices*) dari beberapa *incremental fit indices* atau indeks kecocokan model inkremental. NFI merupakan rasio dari perbedaan nilai

χ^2 untuk model yang diajukan (*proposed model*) (χ^2_{prop}) dan nilai χ^2 model teori (*null model*) (χ^2_{null}) dibagi dengan nilai χ^2 model teori, sehingga $\text{NFI} = \frac{\chi^2_{\text{null}} - \chi^2_{\text{prop}}}{\chi^2_{\text{null}}}$. Rentang nilai NFI berada pada 0-1, dan sebuah model dengan kecocokan yang tinggi akan menghasilkan nilai NFI mendekati atau sama dengan 1. Sebagai *cut off value*, sebuah model dinyatakan *good fit* apabila nilai $\text{NFI} \geq 0.90$

g. Comparative fit Index (CFI)

Indeks model inkremental (*incremental fit indices*) lainnya selain NFI adalah CFI. CFI adalah indeks model inkremental yang merupakan penyempurnaan dari *Normed Fit Index* (NFI). Ketentuannya, jika nilai mendekati angka 1, model yang dibuat mempunyai kecocokan yang sangat tinggi, sedangkan jika nilai mendekati 0, model tidak mempunyai kecocokan yang baik. Sebagai *cut off value*, sebuah model dinyatakan *good fit*, apabila nilai $\text{CFI} \geq 0.90$.

3.8.1.2 Uji Signifikansi

Uji statistika T, digunakan untuk mengevaluasi signifikansi parameter estimasi. Dalam hal ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan nilai kritisnya. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai kritisnya signifikan dan sebaliknya bila nilai t hitung lebih kecil dari nilai kritisnya maka tidak signifikan, dan sebaliknya bila nilai t hitung lebih kecil dari nilai kritisnya maka tidak signifikan. Kita juga bisa membuat keputusan signifikan tidaknya variabel indikator dengan membandingkan antara nilai p-value dengan tingkat signifikansi yang kita pilih (α). Besarnya nilai α biasanya atau secara konvensional ditetapkan sebesar 5% (0.05). jika nilai t

hitung lebih besar dari ± 1.96 maka variabel indikator dikatakan signifikan dan jika tidak maka tidak signifikan. Atau jika p-value lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ maka variabel indikator dikatakan signifikan sedangkan bila p-value lebih besar dari $\alpha = 5\%$ maka variabel indikator dikatakan tidak signifikan.

3.8.1.3 Uji Validitas Konstruk

Ketika model pengukuran telah dirancang secara tepat, model SEM diestimasi untuk memberikan pengukuran empiris hubungan antar variabel dan konstruk yang direpresentasikan berdasarkan teori pengukuran yang ada. Hasilnya memungkinkan kita untuk membandingkan teori dengan fakta yang ada, yang direpresentasikan oleh data sampel. Dengan kata lain, kita melihat bagaimana sebuah teori valid atau sesuai dengan data yang telah diperoleh. (Hair *et.al*, 2013). Uji validitas konstruk melibatkan pengukuran hubungan antar *item* indikator dengan variabel latennya, dan dinyatakan valid apabila hubungan setiap indikator dengan variabel latennya memiliki nilai *factor loading* yang tinggi, sehingga semakin tinggi nilai *factor loading* dan mendekati angka 1, maka semakin baik validitas suatu model pengukuran. Hair *et.al* (2013) dan Maholtra (2010) menyatakan bahwa nilai minimum atau *cut off value* untuk menyatakan suatu model pengukuran adalah valid, apabila nilai *factor loading* setiap variabel laten terhadap indikatornya adalah ≥ 0.5 dan disarankan ≥ 0.7 atau lebih.

3.8.1.4 Uji Reliabilitas Konstruk

Maholtra (2010) menyatakan bahwa konstruk yang tidak reliabel, maka tidak dapat valid. Maka diperlukan pengujian reliabilitas konstruk dengan melihat nilai reliabilitas konstruk (CR), yang didefinisikan sebagai total jumlah dari nilai varian

yang sebenarnya dibagikan dengan total nilai variannya. Apabila ditulis dalam rumus adalah sebagai berikut:

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

Sebagai acuan, nilai minimum atau *cut off value* untuk uji reliabilitas konstruk adalah nilai $CR \geq 0.7$ atau lebih. Estimasi berada di angka 0.6 – 0.7 dipertimbangkan dapat diterima apabila uji validitasnya cukup baik.