

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode asosiatif yang bersifat kausal yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini penulis meneliti pengaruh antara variabel yang diteliti yaitu Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengunjung. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif.

B. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian yang terdiri dari variabel eksogen (*independent variable*) dan variabel endogen (*dependent variabel*) diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Eksogen (*independent variable*)

variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel endogen sebelumnya (Imam Ghazali, 2013). Variabel Eksogen (*independent*) pada penelitian ini terdiri dari:

- a. Kualitas pelayanan (X_1)
- b. Kepuasan Pelanggan (X_2)

2. Variabel Endogen (*dependent variabel*)

variabel yang dipengaruhi oleh variabel anteseden sebelumnya (Imam Ghazali, 2013). Variabel endogen (*dependent*) dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Loyalitas Pengunjung (Y)

C. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Operasional menjelaskan cara tertentu dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik. Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian maka disajikan pada variabel sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Konstruk kualitas pelayanan adalah kualitas jasa atau pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pengunjung dan berakhir dengan kepuasan pengunjung serta persepsi positif terhadap kualitas jasa/pelayanan, dari hal di atas jelas jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka tamupun akan merasa puas dan sebaliknya. Kualitas pelayanan dapat

diukur dengan indikator, yaitu dengan Bukti Fisik (*Tangibles*), Empati (*Empathy*), Daya Tangkap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*). Konstruk pengukuran kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 5 item pertanyaan dengan skala likert 1-5.

2. Kepuasan Pelanggan

Konstruk kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Dan kepuasan pelanggan dapat diukur dengan indikator, yaitu dengan Kesetiaan, Keluhan (*Komplain*), partisipasi dan memberi masukan. Konstruk pengukuran kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 4 item pertanyaan dengan skala likert 1-5.

3. Loyalitas Pengunjung

Konstruk loyalitas didefinisikan sebagai pembelian tidak acak yang dilakukan setiap saat oleh para pembuat keputusan dan pelanggan yang loyal merupakan asset yang tidak ternilai bagi perusahaan. Loyalitas dapat diukur dengan indikator, yaitu dengan (*Repeat*) Pembelian Ulang, (*Retention*) tidak tertarik dengan lini produk yang sejenis, (*Refferal*) mereferensikan dan (*immunity of the competition*) kekebalan dalam pesaing. Konstruk pengukuran loyalitas pengunjung diukur dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 4 item pertanyaan dengan skala likert 1-5.

Tabel 4
Operasional Variabel

Konstruk	Indikator Konstruk	Kode
Kualitas Pelayanan	Kebersihan area Jungleland memberikan kenyamanan untuk pengunjung	X1
	Karyawan Jungleland mengerti akan kebutuhan para pengunjung	X2
	Karyawan Jungleland cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan pada para pengunjung	X3
	Karyawan Jungleland ramah dan sopan saat melayani para pengunjung	X4
	pengunjung merasa nyaman ketika sedang berada di Jungleland	X5
Kepuasan Pelanggan	Beberapa wahana Jungleland sudah sesuai dengan keinginan pengunjung	X6
	Karyawan Jungleland memberikan solusi yang tepat bagi pengunjung	X7
	Saya akan menceritakan hal positif tentang pelayanan yang memuaskan kepada orang lain.	X8
	Saya akan dengan senang hati dapat membantu memberi masukan untuk berpartisipasi memajukan Jungleland	X9
Loyalitas Pengunjung	Keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali ke Jungleland	Y1
	Pengunjung tidak tertarik untuk berkunjung ke wisata lain yang sejenis	Y2
	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat dan keluarga untuk berkunjung ke Jungleland	Y3
	Jungleland memiliki keunggulan wahana yang tidak dimiliki oleh theme park lain atau pesaing sejenis	Y4

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2017

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator pada variabel eksogen dan variabel endogen tersebut adalah dengan menggunakan skala likert (1-5) yang mempunyai lima tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam metode survei tidak perlu meneliti semua individu di dalam populasi karena selain membutuhkan waktu yang lama, penelitian akan menghabiskan biaya yang besar. Karena itu dapat diteliti sebagian individu yang mewakili sifat seluruh populasi. Sugiyono (2009) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung yang membeli tiket masuk pada Jungleland Adventure Theme Park Sentul City Bogor. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2007). Jadi sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga

memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka besaran sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum eror (d) dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut. Sehingga besarnya sampel dapat diketahui sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5.

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{(0,1)^2} = \frac{1,9208 (0,5)}{(0,01)} = 96,04 = 100$$

Dari rumus tersebut diperoleh hasil 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden pengunjung Jungleland.

Berdasarkan perhitungan di atas maka sampel yang di dapat sebenarnya 100 responden, namun dalam penelitian ini metode estimasi yang digunakan *Maximum Likelihood*. Besarnya sampel memiliki peran penting dalam interpretasi SEM. Dengan metode estimasi menggunakan *Maximum Likelihood* (MC) minimum diperlukan sampel 100 dan maksimum 200 (Imam Ghazali, 2011). Maka dengan demikian sampel dalam penelitian ini peneliti memutuskan sampel yang digunakan sebanyak 165 orang responden.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Dengan salah satu metodenya adalah *accidental sampling* yaitu metode *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiono 2013). Sehingga dalam metode *accidental sampling* disini peneliti mengambil responden yang pada saat itu berada di Jungleland adventure theme park sentul city bogor sejumlah 165 orang responden.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisi pertanyaan mengenai hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pengunjung.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, literatur-literatur yang

berkaitan dengan permasalahan, majalah-majalah perekonomian, dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sistem on-line (internet).

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan Sugiyono (2013).

Adapun cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan kuesioner dan dokumen.

1. Kuesioner, yaitu suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner kepada responden. Pada penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada responden selanjutnya diwawancara di lokasi Jungleland adventure theme park untuk memudahkan pendataan. Untuk mengukur sikap responden terhadap setiap pertanyaan atau pernyataan digunakan skala likert 1-5 sebagai berikut:

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Responden cukup memberi tanda \surd (check list) atau centang pada kotak pilihan pernyataan yang dianggap paling sesuai dengan harapannya.

2. Dokumen, cara ini digunakan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu dengan mencatat data yang telah diterbitkan oleh perusahaan, seperti data jumlah pengunjung yang datang, gambaran umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, job description, dll.

G. Instrumen Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner langsung dan tertutup, artinya angket tersebut langsung diberikan kepada responden dan responden dapat memilih salah satu alternative jawaban yang tersedia. Dalam penelitian ini jawaban yang diberikan oleh konsumen diberikan skor dengan mengacu pada skala likert. Menurut Sugiyono (2010) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian skala likert, maka variabel yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator jawaban seperti instrument yang menggunakan skala likert :

- a. Untuk jawaban sangat setuju diberi skor 5
- b. Untuk jawaban setuju diberi skor 4
- c. Untuk jawaban netral diberi skor 3

- d. Untuk jawaban tidak setuju diberi skor 2
- e. Untuk jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

H. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*), yang dioperasikan melalui program AMOS 20.0. SEM adalah gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi yang dapat menjelaskan hubungan antar banyak variabel.

Adapun beberapa tahapan dalam permodelan *Structural Equation Modeling* sebagai berikut:

1. Pengembangan Model Berdasar Teori

Model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas antara dua variabel yang diasumsikan oleh peneliti bukan terletak pada metode analisis yang dipilih, tetapi terletak pada justifikasi (pembenaran) secara teoritis untuk mendukung analisis. Jadi jelas bahwa hubungan antar variabel dalam model merupakan deduksi dari teori. Kesalahan paling kritis di dalam pengembangan model berdasar teori adalah dihilangkannya satu atau lebih variabel prediktif dan masalah ini dikenal dengan *spesifikasi error*.

Model yang telah dinyatakan dalam diagram alur tersebut, selanjutnya dinyatakan ke dalam persamaan struktural sebagai berikut

1) Persamaan Struktural

$$n_1 = \gamma_{11} \xi_1 + \gamma_{12} \xi_2 + \zeta$$

2) Persamaan Pengukuran Variabel Eksogen

a) Kualitas Pelayanan (ξ_1)

$$X_1 = \lambda_{11} \xi_1 + \delta_1$$

$$X_2 = \lambda_{21} \xi_1 + \delta_2$$

$$X_3 = \lambda_{31} \xi_1 + \delta_3$$

$$X_4 = \lambda_{41} \xi_1 + \delta_4$$

$$X_5 = \lambda_{51} \xi_1 + \delta_5$$

b) Kepuasan Pelanggan (ξ_2)

$$X_6 = \lambda_{62} \xi_2 + \delta_6$$

$$X_7 = \lambda_{72} \xi_2 + \delta_7$$

$$X_8 = \lambda_{82} \xi_2 + \delta_8$$

$$X_9 = \lambda_{92} \xi_2 + \delta_9$$

3) Persamaan Pengukuran Variabel Endogen

a) Loyalitas Pengunjung (n_1)

$$Y_1 = \lambda_{101} n_1 + \varepsilon_{10}$$

$$Y_2 = \lambda_{111} n_1 + \varepsilon_{11}$$

$$Y_3 = \lambda_{121} n_1 + \varepsilon_{12}$$

$$Y_4 = \lambda_{131} n_1 + \varepsilon_{13}$$

3. Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model Yang Diusulkan

Model persamaan struktural menggunakan input matrik dalam bentuk *covariance* atau korelasi yaitu dimana data mentah observasi individu di input ke dalam program AMOS kemudian program AMOS akan merubah terlebih dahulu data mentah tersebut menjadi matrik kovarian atau matrik korelasi. Dalam penelitian ini peneliti memilih jenis input matrik korelasi karena peneliti hanya ingin memahami pola hubungan antar konstruk, tetapi tidak menjelaskan total varian dari konstruk. Dalam penelitian ini model estimasi yang digunakan adalah *Maximum Likelihood* (ML) yaitu ukuran sampel yang direkomendasikan adalah antara 100 sampai 200. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 165 responden sehingga memenuhi syarat menggunakan metode *Maximum Likelihood* (ML).

4. Menilai Identifikasi Model Struktural

Dalam proses estimasi sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau meaningless dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi adalah ketidak mampuan proposed model untuk menghasilkan unique estimate. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi :

- a. Adanya nilai standar error yang besar untuk satu atau lebih koefisien.
- b. Ketidak mampuan program untuk invert information matrix.
- c. Nilai estimasi yang tidak mungkin *error variance* yang negatif.
- d. Adanya nilai korelasi yang tinggi ($> 0,90$) antar koefisien estimasi.

Untuk mengatasi problem identifikasi adalah menetapkan lebih banyak konstrain dalam model.

5. Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit*

Goodness-of-Fit dapat mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya (matrik kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*). Dengan metode susunan sebagai berikut :

a. Uji Asumsi SEM

1) Uji Normalitas

Adalah evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan *critical ratio skewness value* sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikan. Sehingga data dapat disimpulkan mempunyai distribusi normal jika nilai *critical ratio skewness value* $\pm 2,58$.

2) Uji Outlier

Adalah kondisi observasi dari satu data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari obesrvasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk niali ekstrim, untuk mengetahui outlier dapat memperhatikan nilai *mahalanobis distance* berdasarkan nilai *chi-squares* dengan tingkat signifikan. Apabila nilai *mahalanobis* dibawah nilai *chi-squares* maka dapat disimpulkan tidak ada outlier pada data.

b. Uji Kelayakan Model

Adalah bertujuan untuk melihat apakah hasil estima model bersifat baik atau tidak. Maka kriteria kelayakan model (*Goodness of Fit*) yang pada umumnya digunakan sebagai berikut adalah:

1) Likelihood Ratio Chi square statistic (χ^2)

Nilai chi square yang tinggi relatif terhadap degree of freedom menunjukkan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata ini menghasilkan probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikansi (q). Sebaliknya nilai chi square yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih besar dari tingkat signifikansi (q) dan ini menunjukkan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan.

Karena dalam penelitian ini diharapkan bahwa model yang diusulkan cocok atau fit dengan data observasi maka harus dicari nilai chi square yang tidak signifikan >0.05 . Program AMOS akan memberikan nilai *chi-square* dengan perintah \cmin dan nilai probabilitas dengan perintah \p, serta besarnya *degree of freedom* dengan perintah \df.

2) GFI

GFI (*Goodness of Fit Index*), yaitu ukuran non statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (poor fit) sampai 1.0 (perfect fit). Nilai

GFI tinggi menunjukkan fit yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya, tetapi banyak peneliti menganjurkan nilai-nilai diatas 90% sebagai ukuran Good Fit. Program AMOS akan memberikan nilai GFI dengan perintah \gfi.

3) TLI

TLI (*Tucker Lewis Index*) atau dikenal dengan *nunnormed fit index* (NNFI). Ukuran ini menggabungkan ukuran persimary kedalam indek komposisi antara proposed model dan null model dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1.0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau > 0.90 . Program AMOS akan memberikan nilai TLI dengan perintah \tli.

4) CFI

Comparative Fit Index (CFI) besar indeks tidak dipengaruhi ukuran sampel karena sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Indeks sangat di anjurkan, begitu pula TLI, karena indeks ini relative tidak sensitive terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi kerumitan model nila CFI yang berkisar antara 0-1. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat kesesuaian yang lebih baik. Nilai CFI yang direkomendasikan adalah sama atau ≥ 0.90 .

5) RMSEA

RMSEA (*The root Mean Square Error of Approximation*), merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *chi-square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima. Program AMOS akan memberikan RMSEA dengan perintah `\rmsea`.

Tabel 5
Goodness of Fit

Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value
Chi- Square	Diharapkan Kecil
prob	$\geq 0,05$
GFI	≥ 0.90
TLI	≥ 0.90
CFI	≥ 0.90
RMSEA	≤ 0.08

Sumber: SEM dalam Penelitian Manajemen

6. Uji Variabel Pengukuran *Construct Reliability* dan *Variance Extracted*

Pengukuran setiap konstruk untuk menilai *uji dimensionalitas* dan reliabilitas dari konstruk. *Uji dimensiolitas* adalah asumsi yang melandasi perhitungan realibilitas dan ditunjukkan ketika indikator suatu konstruk memiliki *acceptable fit* satu *single factor (one dimensional)* model. Penggunaan ukuran *Cronbach Alpha* tidak menjamin *uji dimensionalitas* tetapi mengasumsikan adanya *uji dimensiolitas*. Peneliti harus melakukan *uji dimensionalitas* untuk semua *multiple* indikator konstruk sebelum menilai reliabilitasnya. Pendekatan untuk menilai measurement model adalah untuk mengukur *composite reliability dan variance extracted*

untuk setiap konstruk. Reliability adalah ukuran internal *consistency* indikator suatu konstruk. *Internal reliability* yang tinggi memberikan keyakinan bahwa indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya. Tingkat reliabilitas < 0.70 dapat diterima untuk penelitian yang masih bersifat *eksploratori*. Berikut ini rumus untuk menghitung *construct reliability*.

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Standardized Loading})^2}{(\sum \text{Standardized Loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Reliabilitas tidak menjamin adanya validitas. Validitas adalah ukuran sampai sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur apa yang hendak ingin diukur. Ukuran reliabilitas yang lain adalah *variance extracted* sebagai pelengkap *variance extracted* > 0.50 . Berikut ini rumus untuk menghitung *variance extracted*.

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{Standardized Loading}^2}{\sum \text{Standardized Loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

7. Interpretasi Model

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dapat dilihat dari nilai koefisien *standardized regression*. Jika nilai CR lebih besar dari nilai koefisien *standardized regression* dan nilai (p) probabilitas ≤ 0.05 maka H_a diterima (terdapat pengaruh). Akan tetap jika nilai CR lebih kecil dari nilai koefisien *standardized regression* dan nilai (p) probabilitas ≥ 0.05 maka H_a ditolak. Jika H_a ditolak maka H_0 dapat diterima (tidak terdapat pengaruh).

Adapun *Metode Structural Equation Modeling (SEM)* sendiri yang terdiri dari analisis jalur yang memiliki beberapa simbol untuk mewakili pengaruh tersebut yaitu:

- 1) ξ (ksi) = mewakili variabel laten eksogen
- 2) η (eta) = mewakili variabel laten endogen
- 3) λ (lambda) = nilai *factor loading*
- 4) β (beta) = koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel eksogen
- 5) γ (gama) = koefisien pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen
- 6) ρ (phi) = koefisien pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen
- 7) ζ (zeta) = peluang galat model
- 8) ε (epsilon) = kesalahan pengukuran variabel manifest untuk variabel laten endogen.
- 9) δ (delta) = kesalahan pengukuran variabel manifest untuk variabel laten eksogen.

Berdasarkan Pembahasan tersebut diatas, maka penulis akan lebih dalam lagi untuk membahas *Metode Structural Equation Modeling (SEM)* dimana semua perhitungan data pada judul skripsi penulis akan dihitung lebih detail lagi pada bab selanjutnya dengan cara menggunakan metode Chi-square, Prob, RMSEA, GFI, TLI, CFI.