

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian (Sugiono, 2020:2).

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif yang bersifat kausal yaitu hubungan sebab akibat dimana terdapat variabel bebas/eksogen (X/ξ) yang berupa kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat/endogen (Y/η) yaitu loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen.

B. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu kualitas pelayanan, harga, loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen. Dua variabel yaitu kualitas pelayanan dan harga merupakan variabel eksogen (independent). Sedangkan loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen merupakan variabel endogen (dependen).

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya perusahaan memenuhi harapan pelanggan melalui kemudahan, kecepatan, keahlian, dan kehangatan. Kualitas dinilai dari kesenjangan antara harapan dan pengalaman pelanggan. Layanan yang baik mendorong kepuasan dan potensi pembelian ulang. Dimensi kualitas pelayanan

Tangibles, Realibility, Responsveness, Assurance, dan Empaty (Roynaldus A. K. Agung et al., 2023:24).

2. Harga

Harga adalah elemen penting dalam strategi pemasaran yang mencerminkan nilai dari suatu produk serta layanan. harga tidak hanya menjadi total biaya yang harus dibayar oleh konsumen, tetapi juga berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian serta keuntungan perusahaan. dimensi harga yaitu keterjangkauan harga, diskon atau potongan harga, dan cara pembayaran (Agustina et al., 2019:41).

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah respon emosional yang menggembirakan yang muncul setelah pelanggan memanfaatkan produk serta layanan dan menilai hasilnya sesuai dengan ekspektasi mereka. Dimensi kepuasan konsumen yaitu tetap setia, membeli produk yang ditawarkan, merekomendasikan produk, bersedia membayar lebih, dan memberikan masukan (Aini Nur Laras & Izzah Nidaul, 2021).

4. Loyalitas Konsumen

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen konsumen untuk secara konsisten membeli dan menggunakan suatu produk dan layanan karena mereka merasa puas, serta adanya keinginan untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Dimensi loyalitas konsumen yaitu Make reguler repeat purchase, Purchase across product and servise lines, Refers other dan Demonstrates immunity to the pull of the competition (Mashuri, 2020:61).

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai variabel penelitian, maka akan dijelaskan pada tabel operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 6
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Skala
Kualitas Pelayanan Roynaldus A. K. Agung et al., (2023:24)	<i>Tangibles</i> ,	Mie Gacoan memiliki fasilitas yang bersih dan nyaman.	KP1	Likert
		Desain interior restoran Mie Gacoan menarik dan sesuai dengan selera anak muda.	KP2	Likert
	<i>Realibility</i>	Pesanan konsumen di Mie Gacoan disajikan sesuai dengan permintaan.	KP3	Likert
		Proses pelayanan di Mie Gacoan konsisten dari waktu ke waktu.	KP4	Likert
	<i>Responsiveness</i>	Karyawan Mie Gacoan cepat tanggap dalam melayani konsumen.	KP5	Likert
		Karyawan Mie Gacoan segera menangani keluhan pelanggan.	KP6	Likert
		Karyawan Mie Gacoan memiliki pengetahuan yang baik mengenai	KP7	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Skala
	<i>Assurance,</i>	produk yang ditawarkan.		
		Karyawan Mie Gacoan bersikap sopan dan memberikan rasa aman saat melayani.	KP8	Likert
	<i>Empaty</i>	Karyawan Mie Gacoan menunjukkan perhatian pribadi kepada konsumen.	KP9	Likert
		Mie Gacoan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.	KP10	Likert
Harga Olivia et al., (2023:338)	Keterjangkauan Harga	Harga menu di Mie Gacoan sesuai dengan kemampuan saya.	HG1	Likert
		Menu yang ditawarkan Mie Gacoan tergolong murah dibandingkan tempat lain.	HG2	Likert
	diskon atau potongan harga	Saya sering mendapatkan diskon/promosi saat makan di Mie Gacoan.	HG3	Likert
		Program diskon di Mie Gacoan menarik minat saya untuk berkunjung.	HG4	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Skala
	cara pembayaran	Mie Gacoan menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran.	HG5	Likert
		Proses pembayaran di Mie Gacoan berjalan lancar dan tidak rumit.	HG6	Likert
Kepuasan Konsumen (Alvina Ayu Septianingrum & Ida Martini, 2023:277)	Tetap setia	Saya akan tetap menjadi pelanggan Mie Gacoan dalam jangka panjang.	KK1	Likert
		Saya tetap memilih Mie Gacoan meskipun ada restoran mie pedas lain.	KK2	Likert
	Membeli Produk Yang Ditawarkan	Saya tertarik mencoba produk baru yang ditawarkan oleh Mie Gacoan.	KK3	Likert
		Saya cenderung membeli produk yang direkomendasikan oleh Mie Gacoan.	KK4	Likert
	Merekomendasikan Produk	Saya akan merekomendasikan Mie Gacoan kepada teman dan keluarga.	KK5	Likert
		Saya pernah membicarakan pengalaman positif saya tentang Mie Gacoan.	KK6	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Skala	
	Bersedia Membayar Lebih	Saya bersedia membayar lebih untuk makanan di Mie Gacoan karena kualitasnya.	KK7	Likert	
		Harga bukan masalah selama saya puas dengan layanan dan rasa di Mie Gacoan.	KK8	Likert	
	Memberikan Masukan	Saya bersedia memberikan saran atau masukan untuk meningkatkan layanan.	KK9	Likert	
		Saya merasa nyaman menyampaikan kritik atau masukan kepada Mie Gacoan.	KK10	Likert	
	Loyalitas Konsumen (Mashuri 2020:61)	<i>make regular repeat purchase</i>	Saya rutin membeli makanan di Mie Gacoan setiap minggu/bulan.	LK1	Likert
			Mie Gacoan adalah pilihan utama saya saat ingin makan mie pedas.	LK2	Likert
<i>purchase across product and service lines</i>		Saya mencoba berbagai menu dan varian rasa yang ditawarkan oleh Mie Gacoan.	LK3	Likert	
		Saya tertarik mencoba produk-produk baru yang	LK4	Likert	

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Skala
		diluncurkan Mie Gacoan.		
	<i>refers other</i>	Saya merekomendasikan Mie Gacoan kepada teman dan keluarga.	LK5	Likert
		Saya membagikan pengalaman positif tentang Mie Gacoan di media sosial atau percakapan pribadi.	LK6	Likert
	<i>demonstrates immunity to the pull of the competition</i>	Saya tetap memilih Mie Gacoan meskipun ada promo dari restoran pesaing.	LK7	Likert
		Saya tidak tertarik beralih ke restoran mie pedas lainnya selain Mie Gacoan.	LK8	Likert

C. Populasi dan sampel

Menurut Sugiyono (2020:126) Populasi adalah populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di Tarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini meliputi semua pelanggan yang mengunjungi mie gacoan leuwiliang. Populasi yang diteliti termasuk dalam kaetgori populasi tidak terbatas karena jumlah pasti

pelanggan yang mengunjungi mie gacoan leuwiliang tidak dapat diketahui secara pasti.

Menurut Sugiyono (2020:127) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel yang berdasarkan pemilihan dengan kriteria tertentu untuk mendapatkan sampel relevan untuk tujuan peneliti.

Metode estimasi SEM yang menggunakan Maximum Likelihood (ML) efektif pada jumlah sampel antara 150-400 dengan besaran sampel dapat ditentukan dengan menggunakan 5-10 sampel untuk setiap parameter yang dianalisis, Dalam penelitian ini terdapat 34 pernyataan untuk mencapai teori tersebut maka jumlah sampel adalah 6 kali jumlah pernyataan atau sebanyak $6 \times 34 = 204$ responden.

D. Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini di peroleh langsung dari sumbernya. Peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan – pernyataan kepada pelanggan mie gacoan leuwiliang untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening dengan bantuan google form. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan, buku, jurnal, serta berbagai literatur yang berkaitan dengan permasalahan dan dokumentasi yang dapat didapatkan melalui internet.

E. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner berbasis daring yang disebarakan melalui Google Form. Instrumen ini dirancang untuk memperoleh persepsi dan pendapat pribadi responden secara langsung, sehingga dapat menunjang keakuratan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Skala pengukuran adalah konsensus yang dijadikan pedoman untuk menilai seberapa besar atau kecil interval yang terdapat pada alat ukur, sehingga ketika alat tersebut dipakai untuk pengukuran, akan menghasilkan data dalam bentuk kuantitatif. Dalam studi ini, penulis menerapkan skala likert. Menurut Sugiyono (2014:132) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 7
Skala Pengukuran Likert

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

F. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang diterapkan adalah Structural Equation Modeling (SEM) yang dijalankan dengan bantuan perangkat lunak AMOS 22.00. SEM merupakan metode analisis statistik multivariat yang menggabungkan analisis regresi dengan analisis factor. SEM dapat digunakan

untuk menggambarkan hubungan linier simultan antara peubah yang diamati (indikator) dan peubah yang tidak dapat diukur secara langsung (peubah laten) (Muhammad Nusrang et al., 2023:544). Ada Langkah – Langkah yang harus diikuti dalam menganalisis data dengan menggunakan SEM, yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif berfungsi untuk menggambarkan keadaan dan tanggapan para responden terkait setiap konstruk atau variabel yang akan diteliti. Hasil dari analisis deskriptif kemudian akan diterapkan untuk memperoleh kecenderungan terhadap jawaban responden mengenai keadaan dari setiap konstruk atau variabel yang diteliti. Data yang diperoleh melalui analisis deskriptif mencakup rata-rata, kesalahan standar rata-rata, median, modus, deviasi standar, varians, kemiringan, kesalahan standar kemiringan, kurtosis, kesalahan standar kurtosis, rentang, nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai total.

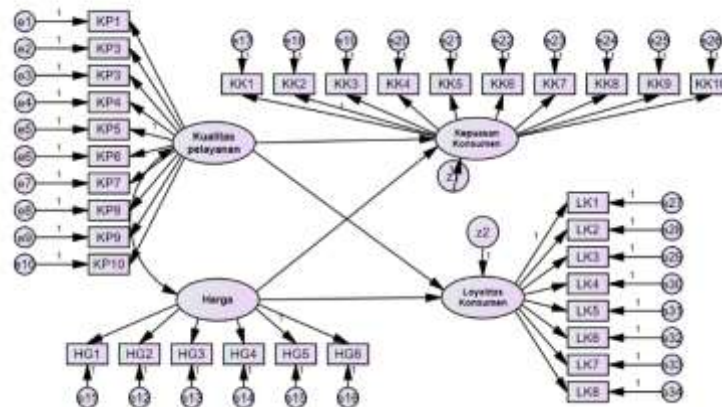
2. Membuat Path Analysis

Menurut Duryadi (2021:67) path analysis ialah suatu teknik menganalisis hubungan sebab akibat antar variabel yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya memengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.

Model penelitian digambarkan dalam bentuk lingkaran atau oval, dengan panah yang menunjukkan keterkaitan sebab-akibat. Variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, atau disebut Un-observed (laten), dilambangkan dengan lingkaran atau oval. Tipe variabel ini perlu diukur menggunakan beberapa indikator

untuk mewakilinya. Di sisi lain, indikator-indikator tersebut diwakili oleh bentuk persegi, yang artinya dapat diukur secara langsung menggunakan skala interval.

Path Analysis pada penelitian ini mempunyai empat variabel laten yang terdiri dari dua variabel laten endogen dan dua variabel laten eksogen sebagai berikut:



Gambar 15

Konstruk Penelitian

3. Mengubah Diagram Jalur menjadi persamaan structural

Setelah pembentukan Path Analysis, langkah selanjutnya adalah mentransformasikan menjadi bentuk persamaan struktural. Terdapat dua kategori variabel laten yang dapat diidentifikasi, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Konsep variabel eksogen dilambangkan dengan huruf Yunani "ksi" (ξ), sedangkan konsep variabel endogen dilambangkan dengan huruf Yunani "eta" (η). Kedua jenis konsep ini dibedakan berdasarkan apakah mereka berfungsi sebagai variabel dependen. Parameter yang mengindikasikan hubungan regresi dari konsep eksogen ke konsep endogen diwakili oleh huruf Yunani "gamma" (γ), sedangkan hubungan regresi dari variabel laten menuju indikator dinyatakan dengan huruf Yunani "beta" (β). Kesalahan struktural direpresentasikan dengan huruf Yunani

"zeta" (ζ). Untuk mempermudah pemahaman, persamaan struktural akan dituliskan berdasarkan ilustrasi yang terdapat pada gambar 15.

Persamaan Struktural:

$$\eta_1 = \gamma_{11} \xi_1 + \gamma_{12} \xi_2 + \zeta_1$$

$$\eta_2 = \gamma_{21} \xi_1 + \gamma_{22} \xi_2 + \zeta_2$$

$$\eta_2 = \gamma_{21} \xi_1 + \gamma_{22} \xi_2 + \beta_{21} \eta_1 + \zeta_3$$

Persamaan Pengukuran Variabel Eksogen

Kualitas Pelayanan (ξ_1)

$$KP_1 = \lambda_{11} \xi_1 + \delta_1$$

$$KP_2 = \lambda_{21} \xi_1 + \delta_2$$

$$KP_3 = \lambda_{31} \xi_1 + \delta_3$$

$$KP_4 = \lambda_{41} \xi_1 + \delta_4$$

$$KP_5 = \lambda_{51} \xi_1 + \delta_5$$

$$KP_6 = \lambda_{61} \xi_1 + \delta_6$$

$$KP_7 = \lambda_{71} \xi_1 + \delta_7$$

$$KP_8 = \lambda_{81} \xi_1 + \delta_8$$

$$KP_9 = \lambda_{91} \xi_1 + \delta_9$$

$$KP_{10} = \lambda_{101} \xi_1 + \delta_{10}$$

Harga (ξ_2)

$$H_1 = \lambda_{12} \xi_2 + \delta_1$$

$$H_2 = \lambda_{22} \xi_2 + \delta_2$$

$$H_3 = \lambda_{32} \xi_2 + \delta_3$$

$$H_4 = \lambda_{42} \xi_2 + \delta_4$$

$$H5 = \lambda 51 \xi 2 + \delta 5$$

$$H6 = \lambda 61 \xi 2 + \delta 6$$

Kepuasan Konsumen ($\eta 1$)

$$KK1 = \lambda 11 \eta 1 + \varepsilon 1$$

$$KK2 = \lambda 21 \eta 1 + \varepsilon 2$$

$$KK3 = \lambda 31 \eta 1 + \varepsilon 3$$

$$KK4 = \lambda 41 \eta 1 + \varepsilon 4$$

$$KK5 = \lambda 51 \eta 1 + \varepsilon 5$$

$$KK6 = \lambda 61 \eta 1 + \varepsilon 6$$

$$KK7 = \lambda 71 \eta 1 + \varepsilon 7$$

$$KK8 = \lambda 81 \eta 1 + \varepsilon 8$$

$$KK9 = \lambda 91 \eta 1 + \varepsilon 9$$

$$KK10 = \lambda 101 \eta 1 + \varepsilon 10$$

Loyalitas Konsumen ($\eta 2$)

$$LK1 = \lambda 11 \eta 2 + \varepsilon 1$$

$$LK2 = \lambda 21 \eta 2 + \varepsilon 2$$

$$LK3 = \lambda 31 \eta 2 + \varepsilon 3$$

$$LK4 = \lambda 41 \eta 2 + \varepsilon 4$$

$$LK5 = \lambda 51 \eta 2 + \varepsilon 5$$

$$LK6 = \lambda 61 \eta 2 + \varepsilon 6$$

$$LK7 = \lambda 71 \eta 2 + \varepsilon 7$$

$$LK8 = \lambda 81 \eta 2 + \varepsilon 8$$

4. Memilih jenis input matriks dan estimasi model yang diusulkan

Structural Equation Modeling (SEM) dirumuskan dengan memanfaatkan data yang diinput dalam bentuk matriks varian atau kovarian, atau hanya matriks korelasi. Selanjutnya, data mentah dari pengamatan individu dapat dimasukkan ke dalam perangkat lunak AMOS, yang akan mengonversi data mentah tersebut menjadi matriks kovarian atau matriks korelasi terlebih dahulu.

Metode estimasi untuk model persamaan struktural menggunakan Maximum Likelihood Estimation (ML), dengan ukuran sampel yang direkomendasikan berada dalam rentang antara 150 hingga 400. Dalam kajian ini, sampel yang digunakan berjumlah 204 responden.

5. Menilai Identifikasi Model

Analisis Structural Equation Modeling (SEM) pada penelitian ini menerapkan metode dua langkah (Two-Step Approach). Tahap pertama dalam penelitian ini melibatkan penilaian variabel melalui teknik Confirmatory Factor Analysis (CFA), sementara tahap kedua berfokus pada evaluasi keseluruhan model SEM (full model).

a. Analisis faktor konfirmasi (confirmatory factor analysis) atau CFA

Penelitian ini menggunakan Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) untuk menguji unidimensionalitas konstruk teoritis. Analisis ini juga disebut sebagai pengujian keabsahan dari sebuah konstruk teori. Dalam studi ini, variabel laten dibentuk berdasar konsep teoretis dengan sejumlah indikator atau variabel manifest. Tujuan dari analisis konfirmatori ini adalah untuk menilai apakah indikator dan dimensi yang diterapkan valid sebagai alat ukur konstruk laten.

b. Pengukuran model structural lengkap

Analisis berikutnya melibatkan penerapan Structural Equation Modeling (SEM) pada model lengkap. Pada fase ini, data dikaji melalui pengujian kecocokan dan analisis statistik. Di tahapan kedua, yaitu Confirmatory Factor Analysis (CFA) dan model penuh, sangat penting untuk mengecek estimasi Maximum Likelihood dan Goodness Of Fit guna mengevaluasi seberapa baik input observasi cocok. Dalam estimasi ML, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah critical ratio (c.r), probabilitas, dan standar estimasi. Indikator konstruk yang efektif harus memenuhi syarat $c.r \geq 1,96$, probabilitas $\leq 0,05$, dan standar estimasi $\geq 0,5$. Jika ada indikator konstruk yang tidak memenuhi syarat tersebut, indikator itu harus dihapus dari analisis. Selain itu, ada tiga kriteria utama untuk menilai kelayakan model Goodness Of Fit yang biasa dipakai:

a. Ukuran Kecocokan Absolut

1) Likelihood Ratio Chi Square Statistic (χ^2)

Ukuran dasar dari kesesuaian keseluruhan diukur melalui chi-square likelihood ratio (χ^2). Ketika nilai chi-square cukup tinggi sehubungan dengan derajat kebebasan, ini menunjukkan adanya perbedaan yang nyata antara matrik kovarian atau korelasi yang diamati dengan yang diprediksi, yang menghasilkan probabilitas (p) yang lebih rendah dari tingkat signifikansi (α). Sebaliknya, jika nilai chi-square rendah, probabilitas (p) yang diperoleh akan berada di atas tingkat signifikansi (α), menandakan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara matrik kovarian yang diprediksi dan yang sebenarnya. Dalam hal ini, nilai chi-

square yang lebih kecil menunjukkan kecocokan yang lebih baik antara model yang diusulkan dan data yang diamati.

2) RMSEA

Root mean square error of approximation (RMSEA) 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. Hasil uji empiris RMSEA cocok untuk menguji model konfirmatori atau competing model strategy dengan jumlah sampel besar. Program AMOS akan memberikan nilai RMSEA dengan perintah `\rmsea`.

3) CMIN/DF

CMIN/DF merupakan nilai Chi-Square dibagi dengan degree of freedom. Beberapa pengarang menganjurkan menggunakan ratio ukuran ini untuk mengukur fit. Menurut Wheaton dalam Siswoyo (2016:67) nilai ratio 5 (lima) atau kurang dari 5 (lima) merupakan ukuran yang reasonable. Peneliti lainnya mengusulkan nilai ratio ini ≤ 2 merupakan ukuran fit. Program AMOS akan memberikan nilai CMIN/DF dengan perintah `\cmindf`

b. Ukuran Kecocokan Inkremental

1) TLI

Tucker-Lewis Index (TLI) adalah ukuran yang mengintegrasikan parsimony ke dalam indeks komparasi antara proposed model dan null model. Nilai TLI berkisar dari 0 hingga 1,0, dengan nilai yang direkomendasikan adalah $\geq 0,90$.

Dalam program AMOS, nilai TLI dapat diperoleh dengan menggunakan perintah
\tli

2) CFI

CFI, atau Comparative Fit Index, merupakan sebuah metrik yang digunakan untuk menganalisis kesesuaian antara model yang diajukan dan model nol. Alat ukur ini menawarkan keuntungan tersendiri karena tidak terpengaruh oleh ukuran sampel serta merupakan indikator yang sangat baik dalam menilai seberapa cocoknya model tersebut. Sebuah model dianggap memiliki kesesuaian yang baik jika nilai CFI mencapai atau melebihi 0,9 ($CFI \geq 0,9$). Di sisi lain, model bisa disebut memiliki kesesuaian yang cukup jika CFI-nya berada di rentang 0,8 hingga 0,9 ($0,8 \leq CFI \leq 0,9$).

3) NFI

Normed Fit Index atau NFI adalah ukuran perbandingan antara proposed model dan null model. Nilai NFI akan bervariasi dari 0 (no fit at all) sampai 1,0 (perfect fit). Nilai $NFI \geq 0,90$ menunjukkan good fit, sedangkan $0,80 \leq NFI \leq 0,90$ sering disebut marginal fit.

c. Ukuran Kecocokan Parsimoni

1) PNFI

Parsimonious Normed Fit Index merupakan modifikasi dari NFI. PNFI memperhitungkan banyaknya degree of freedom untuk mencapai suatu tingkat kecocokan.

2) PGFI

Parsimonious Goodness of Fit Index didasarkan dari model yang diestimasi. Nilai PGFI berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan model parsimoni yang lebih baik

3) AIC

Akaike Information Criterion merupakan ukuran yang digunakan untuk membandingkan beberapa model dengan jumlah konstruk yang berbeda. Nilai AIC yang kecil dan mendekati nol menunjukkan kecocokan yang lebih baik, serta parsimoni yang lebih tinggi.

Pengujian merujuk pada kriteria model fit yang terdapat pada tabel Goodness of Fit dibawah ini

Tabel 8
Goodness of fit

No	<i>Goodness of Fit Indeks</i>	<i>Cut – off Value</i>	Kriteria
1	DF	>0	<i>Over Identified</i>
2	<i>Chi-Square</i>	< α .df	Fit
	<i>Probability</i>	>0,05	Fit
3	CMIN/DF	<2	Fit
4	AGFI	$\geq 0,90$	Fit
5	CFI	$\geq 0,90$	Fit
6	TLI atau NNFI	$\geq 0,90$	Fit
7	NFI	$\geq 0,90$	Fit
8	IFI	$\geq 0,90$	Fit
9	RMSEA	$\geq 0,08$	Fit

6. Evaluasi Model Struktural

Setelah model lengkap disetujui, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi sebelum menguji hipotesis. Evaluasi yang dilakukan mencakup:

a. Skala Data

Skala pengukuran untuk variabel dalam SEM biasanya dipakai untuk menilai indikator dari variabel laten. Biasanya, skala pengukuran ini menggunakan Skala Likert dengan lima kategori, yaitu Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju, yang pada dasarnya merupakan bentuk skala ordinal.

b. Ukuran Sampel

Ukuran sampel yang signifikan sangat berpengaruh pada cara hasil SEM ditafsirkan. Sampel berfungsi sebagai basis untuk memperkirakan kesalahan pengambilan sampel. Dengan menggunakan model estimasi Maximum Likelihood, jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah 150. Saat jumlah sampel melebihi 150, metode ML menunjukkan peningkatan sensitivitas dalam mendeteksi perbedaan di antara data yang ada. Ketika ukuran sampel sangat besar (di atas 400-500), metode ML menjadi sangat peka dan secara konsisten menunjukkan perbedaan yang signifikan dengan ukuran Goodness of Fit yang semakin buruk. Oleh karena itu, disarankan untuk menggunakan ukuran sampel antara 150 hingga 400 untuk penerapan metode ML.

c. Uji outlier

Outlier adalah suatu kondisi pengamatan pada data yang menunjukkan karakteristik unit yang sangat berbeda dari pengamatan yang lain dan muncul sebagai nilai melalui jarak mahalanobis distance. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai Chi-Square serta mempertimbangkan angka p_1 dan p_2 . Jika angka tersebut kurang dari 0,05, maka dianggap sebagai outlier. Oleh

karena itu, jika nilai mahalanobis berada di bawah nilai Chi-Square dan semua nilai p^2 lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat outlier dalam data tersebut.

d. Normalitas data

Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan critical ratio skewness value sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikansi. Data dapat disimpulkan mempunyai distribusi normal jika critical ratio skewness value $\pm < 2,58$.

e. Multicollinearity

Uji ini dilakukan untuk menentukan apakah ada multikolinearitas dan singularitas dalam kombinasi variabel tertentu. Tanda-tanda adanya multikolinearitas dan singularitas dapat dilihat dari nilai determinan matriks kovarians sampel yang sangat kecil atau hampir nol.

f. Uji Reliabilitas Konstruk

Pengukuran setiap konstruk bertujuan untuk mengevaluasi unidimensionalitas dan keandalan dari konstruk tersebut. Unidimensionalitas merupakan prinsip yang mendasari penghitungan keandalan dan ditunjukkan ketika indikator suatu konstruk menunjukkan kecocokan yang baik dalam model faktor tunggal. Pemanfaatan ukuran Cronbach Alpha tidak memastikan adanya unidimensionalitas, tetapi mengasumsikan bahwa hal tersebut ada. Metode untuk menilai model pengukuran melibatkan pengukuran composite reliability serta varians yang diambil untuk setiap konstruk. Keandalan adalah indikator konsistensi internal dari suatu konstruk. Umumnya, tingkat keandalan yang diterima adalah lebih dari 0,70, sementara nilai di bawah 0,70 masih dapat

diterima dalam penelitian yang berfokus pada eksplorasi. Keandalan tidak menjamin validitas. Validitas diartikan sebagai ukuran seberapa baik indikator mengukur apa yang dimaksud. Ukuran keandalan lain yang perlu dipertimbangkan adalah varians yang diekstraksi yang berfungsi sebagai pelengkap untuk ukuran keandalan konstruk. Nilai yang direkomendasikan untuk varians yang diambil adalah lebih dari 0,50. Rumus untuk menghitung keandalan konstruk dan varians yang diekstraksi adalah:

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

$$\text{Variance Extracte} = \frac{\sum \text{Standardized loading}^2}{\sum \text{Standardized loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

g. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity mengukur sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Tingginya nilai *Discriminant Validity* menunjukkan bahwa suatu konstruk itu unik dan efektif dalam menangkap fenomena yang diukur. Metode untuk mengujinya adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) dengan nilai korelasi di antara konstruk.

7. Interpretasi terhadap Model

Pada langkah ini, model dievaluasi dan disesuaikan untuk yang tidak lulus uji yang telah dilakukan. Penting untuk menentukan apakah sebuah model perlu disesuaikan berdasarkan seberapa besar residual yang dihasilkannya. Jika jumlah residual melampaui batas aman, penyesuaian model mulai perlu dipikirkan. Residual yang nilainya lebih besar atau cocok dengan 1,96 (sekitar) dianggap

signifikan secara statistik pada level 5%. Dengan kata lain, apabila nilai CR lebih tinggi dari nilai kritis pada level signifikansi 0,05 (nilai kritis = 1,96) dan nilai probabilitas $(p) \leq 0,05$, maka H_0 ditolak. Bila H_0 ditolak, berarti H_1 diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh. Namun, jika nilai CR lebih rendah daripada nilai kritis pada level signifikansi 0,05 (nilai kritis = 1,96) dan nilai probabilitas $(p) > 0,05$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada pengaruh yang terdeteksi.

SEM yang terdiri dari analisis jalur memiliki simbol-simbol untuk mewakili pengaruhnya tersebut:

1. ξ (KSI) = konstruk laten eksogen.
2. η (ETA) = konstuk laten endogen.
3. γ (GAMMA) = hubungan langsung variabel eksogen ke endogen.
4. β (BETA) = hubungan langsung variabel endogen ke endogen lainnya.
5. λ (LAMDA) = hubungan langsung variabel eksogen ke indikator.
6. ϕ (PHI) = kovarian/korelasi antara variabel eksogen.
7. δ (DELTA) = measurement error (kesalahan pengukuran) dari indikator kontruk eksogen.
8. ϵ (EPILSON) = measurement error dari indikator variabel endogen.
9. ζ (ZETA) = kesalahan dalam persamaan, yaitu antara variabel eksogen/endogen.