

## **BAB.III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah cara mencari kebenaran yang dipandang ilmiah. Winarno Surakhmad merumuskan bahwa penyaluran hasrat ingin tahu manusia dalam taraf keilmuan.<sup>87</sup> Seorang peneliti akan melakukan proyek penelitian, sebelumnya ia dituntut untuk mengetahui dan memahami metode dan sistematika penelitian, jika peneliti tersebut hendak mengungkapkan kebenaran melalui suatu kegiatan ilmiah. Adapun dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik atau metode penelitian yang meliputi:

#### **A. Rancangan Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.<sup>88</sup> Penelitian kuantitatif tujuannya yaitu untuk mengumpulkan data serta mempelajari gejala atau fenomena sosial dengan jalan meneliti variabel- variabel penelitian yang dilaksanakan.

---

<sup>87</sup> Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jogjakarata: Ar-Ruzz Media, 2011), hal.26

<sup>88</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : ALFABETA, 1999), hal. 11

## 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif (hubungan) dengan menggunakan metode analisis kuantitatif (data berbentuk angka). Penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini untuk melihat hubungan antara *service quality* dan *price* dengan *repurchase intention* produk Murabahah dengan variabel intervening *customer satisfaction* di KSPPS Baitul Izza Tulungagung

### B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>89</sup>

Populasi dari penelitian ini adalah anggota KSPPS Baitul Izza yang mengambil pembiayaan murobahah. Minimal 2X populasi anggota yang bertransaksi murobahah 2X di KSPPS Baitul Izza sebesar 436 anggota.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>90</sup>

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. jumlah sampel yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah jumlah anggota populasi itu sendiri. Untuk penelitian jumlah populasi yang terlalu banyak akan

---

<sup>89</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hal.80

<sup>90</sup> *Ibid*, hal. 81

kita ambil untuk dijadikan sampel dengan harapan jumlah sampel yang kita ambil dapat mewakili populasi yang ada. Untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus *Slovin* <sup>91</sup>:

$$S = P / ( P \cdot e^2 ) + 1$$

Dengan keterangan :

S = sampel

e=error atau tingkat kesalahan

P = populasi yang diyakini

Kemudian sampel untuk penelitian dengan e = 10 % adalah:

$$S = P / ( P \cdot e^2 ) + 1$$

$$S = 436 / ( 436 \cdot 0,1^2 ) + 1$$

$$S = 101 \text{ anggota}$$

Dan jumlah sampel yang akan digunakan peneliti adalah 101 anggota

### C. Instrumen Penelitian

#### 1.. Tabel Indikator Variabel

NO	VARIABEL	KISI-KISI INSTRUMEN	SKALA
1	Service Quality	1.Compliance (Kepatuhan Syariah) 2.Assurance (Jaminan dan Kepastian) 3.Reliability (Kehandalan) 4.Tangibles (Bukti Fisik) 5. Empaty (empati) 6.Reponsiveness (Ketanggapan) (Othman dan Owen ,2001) <sup>92</sup>	Interval

<sup>91</sup> Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Thesis, Disertasi & Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), hal. 10

2	Price	a.Keterjangkauan harga b.Kesesuaian harga dengan kualitas produk c.Daya saing harga d.Kesesuaian harga dengan manfaat produk (MuhammadBirusaman Nuryadin (2007) <sup>93</sup> )	Interval
3	Customer Sastifaction	1. Sistem Keluhan dan Saran 2. Ghost Shopping 3. Lost Customer Analysis 4. Survei Kepuasan Konsumen (Fandy Tjiptono,) <sup>94</sup>	Interval
4	Repurchase intention	1.Niat transaksional 2.Niat referensial 3.Niat preferensial 4.Niat eksploratif (Ferdinand ,2002) <sup>95</sup>	Interval

#### ***D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data***

##### **1. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulandata yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas.<sup>96</sup>

---

<sup>92</sup> Othman and Owen, "Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic Bank : A Case Study in Kuwait Finance House."(2001)

<sup>93</sup> Birusman Nuryadin M, *Harga Dalam Prespektif Islam*, jurnal, Vol. Iv, No. 1, juni 2007

<sup>94</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 1997), hal.34-36

<sup>95</sup>.Ferdinand, Augusty T. *Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi Pendahuluan. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol 1, No.1. 2002, hal. 107-119

<sup>96</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : ALFABETA, 1999), hal.199

Teknik ini dilaksanakan dengan memberikan pernyataan kepada responden yang disajikan dalam bentuk daftar pernyataan tertutup untuk memudahkan responden menjawab dengan cepat dan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data yang diperoleh.

Skala yang digunakan adalah skala likert. Skala ini digunakan untuk mengukur opini atau persepsi responden mengenai fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument mempunyai gradasi dari Kuesioner (Angket).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Teknik ini dilaksanakan dengan memberikan pernyataan kepada responden yang disajikan dalam bentuk daftar pernyataan tertutup untuk memudahkan responden menjawab dengan cepat dan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data yang diperoleh.<sup>97</sup>

Skala yang digunakan adalah skala *likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur opini atau persepsi responden mengenai fenomena sosial. Dengan

---

<sup>97</sup> *Ib Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung : ALFABETA, 1999), hal. 201*

skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dengan diberi skor sebagai berikut.<sup>98</sup>

- a) 5 = Sangat Setuju (SS)
- b) 4 = Setuju (S)
- c) 3 = Ragu-Ragu (RG)
- d) 2 = Tidak Setuju (TS)
- e) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

## 2. Dokumentasi

Mengumpulkan data melalui data yang tersedia yaitu biasanya berbentuk laporan keuangan dan program kerja rencana anggaran koperasi syariah Baitul Izza. Data ini bersifat tidak terbatas pada ruang dan waktu<sup>99</sup>.

## 3. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang digunakan selain menggunakan metode kuisioner dan dokumentasi juga menggunakan teknik kepustakaan, teknik kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara membaca, menelaah, dan mencatat berbagai literatur atau bahan bacaan yang sesuai

---

<sup>98</sup> *Ibid*, hal. 134

<sup>99</sup> Juliyansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Kencana, 2011), hal. 141

dengan pokok bahasan, kemudian disaring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran secara teoritis.

Penelitian kepustakaan maksudnya penelitian yang dilakukan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat bahan dari berbagai literatur yang berhubungan dengan pembahasan yang diangkat oleh penulis yaitu tentang pengaruh *service quality* dan harga, promosi dan terhadap *repurchase intention* produk murabahah melalui variabel intervening *customer satisfaction* di KSPPS Baitul Izza Tulungagung

### ***E. Variabel Penelitian***

Menurut Hatch dan Farhady dalam bukunya Sugiyono, menyatakan bahwa variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.<sup>100</sup>

Kotlinger dalam bukunya Sugiyono juga menyatakan bahwa variabel konstruk (constructs) atau sifat yang akan dipelajari.<sup>101</sup>

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai orang, obyek ataupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel penelitian, adapun variabel-variabel tersebut adalah

---

<sup>100</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hal. 38.

<sup>101</sup> *Ibid* Hal.19

a. Variabel independen: variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, predictor, antecedent. Menurut kamus besar bahasa Indonesia biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Puguh Suharso juga menyebutkan independent variabel atau variabel bebas (X) atau variabel *predictor*, merupakan variabel yang dapat mempengaruhi hubungan positif dan negatif.<sup>102</sup>

Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah service quality dan price

b. Variabel dependen, atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pendapat lain menyatakan variabel terikat atau disebut juga variabel criteria, menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran penelitian.<sup>103</sup>

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah repurchase intention

c. Variabel Intervening, merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independent dengan dependent, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. variabel ini merupakan variabel penyalur atau antara yang terletak di antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independent tidak langsung mempengaruhi perubahan atau timbulnya variabel dependent.<sup>104</sup>

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah customer satisfaction.

---

<sup>102</sup> Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hal.23

<sup>103</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hal. 92

<sup>104</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung; Alfabeta, 2012), Hal. 5-6



## ***F. Teknik Pengolahan data***

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *structural equation model* (SEM). Sebelum peneliti melakukan analisis menggunakan SEM, terlebih dulu dilakukan pengujian terhadap asumsi-asumsi sebagai prasyarat analisis SEM.

### **1. Asumsi dalam SEM**

Asumsi-asumsi yang seharusnya dipenuhi dalam Model Persamaan Struktural antara lain,

#### ***a. Normalitas***

Asumsi normal diperlukan dalam analisis karena seluruh uji statistik dihitung dengan asumsi data normal. Hasil kajian empiris dari West *et al.* (1995) terhadap penggunaan SEM pada data non-normal multivariate ditemukan bahwa: (1) nilai chi-squares yang dihasilkan dari metode estimasi *maximum likelihood* (ML) dan *generally least squares* (GLS) akan menjadi sangat besar nilainya, (2) jika sampel turun dan non-normal meningkat maka peneliti akan menghadapi *improper solution* (jawaban yang tidak sesuai), (3) jika data non-normal maka ukuran fit index akan menghasilkan nilai yang *under estimate*.

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan jarak mahalonobis untuk membentuk Q-Q plot normalitas sebagaimana telah dipaparkan dalam bab sebelumnya. Dalam software AMOS, pengujian normalitas dapat dilakukan menggunakan nilai *Critical Ratio* atau CR pada output AMOS. Bila CR lebih

besar dari nilai kritis maka dapat diduga bahwa distribusi data tidak normal. Nilai kritis berdasarkan tingkat signifikansi 1% dapat ditentukan sebesar  $\pm 2,58$ .<sup>105</sup>

b. *Tidak ada Outlier*

Outlier adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal ataupun variabel-variabel kombinasi. Deteksi terhadap multivariate outliers dilakukan dengan memperhatikan nilai *mahalanobis distance*. Suatu observasi dinyatakan sebagai outlier jika memiliki jarak (*distance*) yang signifikan dengan pusat observasi pada tingkat signifikansi  $p < 0,001$  dengan derajat kebebasan sejumlah konstruk yang digunakan dalam .<sup>106</sup>

c. *Kecukupan Sampel*

Besar ukuran sampel memiliki peran penting dalam interpretasi hasil SEM. Ukuran sampel memberikan dasar untuk mengestimasi *sampling error*. Dengan model estimasi menggunakan *maximum likelihood* (ML) setidaknya diperlukan sampel 100 sampai 150.<sup>107</sup>

---

<sup>105</sup> Imam Ghazali, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos* (Semarang: Undip, 2011), hal.. 61

<sup>106</sup> Imam Ghazali, 2011.*Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos*, Semarang: Undip, hal. 226

<sup>107</sup> Hair, J.F Jr., R.E. Anderson, B.J. Babin, dan W.C. Black. *Multivariate Data Analysis, 7<sup>th</sup> Edition*. Pearson Prentice Hall.2010, hal.605

## 2. Tahapan Pemodelan dengan SEM

Tahapan dalam pemodelan dan analisis persamaan structural meliputi tujuh tahapan sebagai berikut:<sup>108</sup>

### a. Tahap 1: Pengembangan Model Berdasar Teori

Model persamaan *structural* 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 dia pilih, tetapi terletak pada justifikasi (pembenaran) secara teoritis untuk mendukung analisis. Maka 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. Implikasi dari mennghilangkan variabel signifikan adalah memberikan bias pada penilaian pentingnya variabel lainnya.

### b. Tahap 2: Menyusun Diagram Jalur

Ada dua hal yang perlu dilakukan dalam yaitu menyusun model structural yaitu menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen dan menyusun *measurement model* yaitu menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel indikator.

Dalam pemodelan SEM terdapat konstruk-konstruk yang merupakan konsep-konsep abstrak dengan pijakan teoritis yang cukup untuk menjelaskan berbagai

---

<sup>108</sup> *Ibid*,hal.592-615

bentuk hubungan. Dimana akan ditentukan diagram jalur berbagai konstruk yang akan digunakan, dan atas dasar itu variabel-variabel untuk mengukur konstruk itu akan dicari.

c. Tahap 3: Menyusun Persamaan Struktural

Dalam menyusun persamaan structural, persamaan yang dibangun terdiri dari persamaan-persamaan structural (*structural equation*) dan persamaan model pengukuran (*measurement model*). Persamaan structural dirumuskan untuk menyatakan kausalitas antar berbagai konstruk. Pada dasarnya persamaan struktural tersusun atas formula sebagai berikut.

$$\text{Variabel Endogen1} = \text{Variabel Eksogen} + \text{Variabel Endogen2} + \text{Error}$$

Dalam diagram jalur, variabel endogen adalah konstruk yang dituju oleh anak panah, sedang variabel eksogen adalah konstruk penentu, yaitu konstruk yang menjadi tempat berawalnya anak panah. Variabel endogen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi/ditentukan oleh variabel lain sedangkan variabel eksogen adalah variabel yang nilainya tidak dipengaruhi/ditentukan oleh variabel lain.

Ketika *measurement model* telah terspesifikasi, maka peneliti harus menentukan reliabilitas dan indikator. Reliabilitas indikator dapat dilakukan dengan dua cara yaitu diestimasi secara empiris atau dispesifikasi.

d. Tahap 4: Menentukan Input Matriks dan Estimasi Model

yang Diusulkan SEM menggunakan data input berupa matriks varian/kovarian atau matriks korelasi. Data mentah observasi individu dapat dimasukkan dalam program AMOS dan selanjutnya program AMOS akan merubah dahulu data

mentah menjadi matriks kovarian atau matriks korelasi seperti yang telah diuraikan dalam teori matriks di bab sebelumnya.

Teknik estimasi model persamaan structural pada awalnya dilakukan dengan regresi *ordinary least square* (OLS), tetapi teknik ini telah digantikan oleh *Maximum likelihood estimation* (ML) yang lebih efisien dan *unbiased* jika asumsi normalitas multivariate terpenuhi. Teknik ML ini sangat sensitive terhadap data non-normal.

e. Tahap 5: Menilai Identifikasi Model Struktural

Masalah identifikasi adalah masalah mengenai ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang diinginkan. Cara melihat ada tidaknya masalah identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi.<sup>109</sup>

- 1) Adanya nilai standar eror yang besar untuk satu atau lebih koefisien
- 2) Ketidakmampuan program dalam menghasilkan matriks informasi
- 3) Nilai *error variance* yang bernilai negatif
- 4) Adanya nilai korelasi yang tinggi antar koefisien estimasi ( $>0,90$ ).

Keempat masalah ini dapat diantisipasi dengan menetapkan lebih banyak konstrain dalam model (menghapus path dari diagram path) sampai masalah yang ada hilang.

---

<sup>109</sup> Imam Ghazali, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos*, (Semarang: Undip, 2011), hal.230

f. Tahap 6: Menilai Kriteria *Goodness of Fit*

*Goodness of fit* mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya (matriks kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan.

Ada tiga jenis ukuran *goodness of fit*,

1) *Absolut Fit Measures*

*Absolut fit measures* mengukur model fit secara keseluruhan (baik model structural maupun model pengukuran secara bersama).

Tabel 3.1. Kriteria *Absolute Fit Measures*

<i>Goodness of Fit Index</i>	<b>Keterangan</b>	<i>Cut-off Value</i>
Chi Squares	Menguji apakah kovariansi populasi yang diestimasi sama dengan kovariansi sampel (apakah model sesuai dengan data)	Diharapkan kecil
CMIN/DF	Kesesuaian antar data dan model	$\leq 5$
GFI	Kesesuaian data dan model	Diharapkan mendekati 1
RMSEA	Mengkombinasikan kelebaman Chi Square pada sampel besar	0,08

Sumber: Stevens.<sup>110</sup>

2) *Incremental Fit Measures*

*Incremental fit measures* digunakan untuk membandingkan model yang diajukan dengan model lain yang dispesifikasi oleh peneliti.

Tabel 3.2. Kriteria *Incremental Fit Measures*

---

<sup>110</sup>Stevens, J.P. *Applied Multivariate Statistics For The Social Science, 5<sup>th</sup> Edition*. New York: Routledge.2009,hal.567

<b><i>Goodness of Fit Index</i></b>	<b>Keterangan</b>	<b><i>Cut-off Value</i></b>
AGFI	Pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio <i>degree of freedom</i> untuk model yang diajukan dengan <i>degree of freedom</i> untuk model realistik	$\geq 0,90$
TLI	Perbandingan antara model yang diuji dengan <i>baseline model</i>	$\geq 0,90$
NFI	Perbandingan antara model yang diajukan dengan model realistik	$\geq 0,90$

Sumber: Stevens <sup>111</sup>

### 3) Parsimonious Fit Measures

*Parsimonious fit measures* menghubungkan *goodness of fit* model dengan sejumlah koefisien estimasi yang diperlukan untuk mencapai level fit. Tujuan dasarnya adalah mendiagnosa apakah model fit telah tercapai dengan *overfitting* data yang memiliki banyak koefisien.

Tabel 3.3. Kriteria *Parsimonious Fit Measures*

<b><i>Goodness of Fit Index</i></b>	<b>Keterangan</b>	<b><i>Cut-off Value</i></b>
PNFI	Membandingkan model dengan <i>degree of freedom</i> yang berbeda	0,60 – 0,90

<sup>111</sup> *Ibid*

PGFI	Modifikasi dari GFI atas dasar <i>parsimony estimated model</i>	Diharapkan mendekati 1
------	--	---------------------------

Sumber: Stevens <sup>112</sup>

Setelah keseluruhan model fit dievaluasi, selanjutnya dilakukan pengujian parameter di dalam AMOS dapat dilakukan dengan menggunakan nilai CR (*critical ratio*). Penggunaan nilai CR ini serupa dengan penggunaan t-test dalam analisis regresi. Nilai CR diperoleh dengan membagi nilai *estimate* dengan *standard error* nya. Suatu variabel dikatakan signifikan jika memiliki nilai CR lebih besar dari 2 .

g. Tahap 7: Intepretasi dan Modifikasi Model

Ketika model dinyatakan diterima, maka peneliti dapat mempertimbangkan dilakukannya modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness of fit*. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut diestimasi dengan data terpisah sebelum model modifikasi diterima. Pengukuran model dapat dilakukan dengan *modification indices*, nilai *modification indices* sama dengan terjadinya penurunan *Chi Squares* jika koefisien diestimasi.

---

<sup>112</sup> *Ibid*