

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Kajian berikut merupakan jenis penelitian kuantitatif. Jenis kajian tersebut metode kajian yang menyesuaikan pada filsafat positif, dipakai demi melaksanakan penelitian dari sampel ataupun populasi tertentu (Sugiyono, 2018)(Sugiyono, 2018). Metode yang dipakai pada kajian berikut ialah metode survey. Metode survey merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Kajian berikut akan menampilkan data berupa angka analisa dengan memakai statistika dalam pengukurannya dan mendapati output kajian dengan kuesioner (Sugiyono, 2018)(Sugiyono, 2018).

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan jumlah keseluruhan yang terdiri dari subjek maupun objek yang memiliki karakteristik dan berkualitas sesuai apa yang ditentukan penulis untuk kemudian dipelajari serta disimpulkan (Sugiyono, 2018). Populasi pada kajian berikut yakni pembeli CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera.

#### **3.2.2 Sampel**

Sampel ialah salah satu dari karakteristik serta total yang dipunyai populasi itu (Sugiyono, 2018). Sampel pada kajian berikut merupakan pembeli dari CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera. Kajian tersebut memakai

metode “*purposive sampling*”. Penetapan sampel dengan metode ‘*purposive sampling*’ berdasarkan dari ciri-ciri yang ditentukan dengan *judgment* tertentu. Teknik *Non probability sampling* yang dipakai yakni *purposive sampling* dengan ciri-ciri di bawah ini, yaitu:

1. Konsumen yang membeli langsung di CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo.
2. Konsumen yang melakukan pembelian minimal 1 kali di CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo.

Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et al (Novansa & Ali, 2017) jika penetapan berbagai sampel yang menyesuaikan dengan total item pertanyaan yang dipakai peneliti untuk kuesioner yang disebarkan, yang mana dengan asumsi  $n \times 5$  observasi. Untuk jumlah kuesioner yang akan dibagikan meninjau pendapat Ferdinand (Ferdinand, 2002) mengenai panduan dalam pengukuran sampel yang dijabarkan yakni:

1. Sebanyak 100 – 200 sampel dalam Maximum Likelihood Estimation.
2. Bergantung dari parameter yang diberlakukan estimasi, yaitu sebanyak lima sampai dengan sepuluh kali total parameter yang dilakukan estimasi.
3. Tergantung dari total indikator yang dipakai pada variable laten. Total sampel didapatkan dari jumlah indikator dikalikan lima hingga dengan sepuluh.

Pada kajian berikut, penulis menggunakan  $n \times 5$ . Maka total sampel pada kajian berikut, yakni:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{total indicator} \times 5 \\ &= 17 \times 5 = 85\end{aligned}$$

Sesuai jumlah yang diakumulasikan tersebut dan pedoman ukuran sampel maka sampel minimum memakai 85-100 sampel responden.

### **3.3 Sumber dan Jenis Data**

Pada kajian berikut memakai jenis data primer. Data primer ialah sumber data yang didapatkan secara langsung pada individu yang mengumpulkan data (Sugiyono, 2018). Kajian berikut memakai metode penelitian kuantitatif seperti kuesioner yang diberikan kepada konsumen CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo. Kuesioner ialah teknik penetapan data yang dilaksanakan dengan metode pemberian beberapa pertanyaan tertulis pada responden agar bisa dijawab (Sugiyono, 2018).

Teknik pengambilan data merupakan langkah yang terstrategis pada kajian, dikarenakan tujuan yang utama dari kajian umumnya menerima suatu data yang dibutuhkan (Sugiyono, 2018).

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Pada kajian berikut responden memberikan jawaban dengan diberi diberi skor numerik dengan menggunakan skala likert dalam bentuk tanda silang (X) dalam pernyataannya akan tingkat dukungan score maupun sikap itu akan ditotalkan dalam pengukuran sikapnya secara keseluruhan responden. Setiap kuesioner yang terisi dengan sesuai petunjuk serta

lengkap sesuai petunjuk, maka proses tersebut akan ditabulasi, diuji, serta olah data dengan menggunakan software AMOS. Adapun skala likert pada penelitian ini yaitu:

**Tabel 3. 1 Skor Skala Likert**

No	Jenis Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2018)

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indicator
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.  (Kotler dan Armstrong, 2014)	1. Saya mempertimbangkan toko ini sebagai pilihan pertama saya dalam berbelanja 2. Saya memiliki intensi untuk berbelanja kembali di toko ini di kemudian hari 3. Saya akan mengunjungi toko ini kembali di kemudian hari 4. Saya akan menggunakan produk toko ini kembali di kemudian hari 5. Saya akan tetap berbelanja lebih lagi di toko ini di kemudian hari  (Terblanche, 2018)
Harga (X1)	Nilai yang harus dibayar dengan jumlah tertentu oleh konsumen di saat	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

	<p>mereka menggunakan, memiliki, atau membeli sebuah barang atau layanan</p> <p>(Kotler dan Armstrong, 2018).</p>	<p>3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Harga disesuaikan daya saing maupun kemampuan suatu harga</p> <p>(Kotler dan Armstrong, 2016)</p>
<i>Brand Image</i> (X2)	<p>Citra Merek atau <i>brand image</i> merupakan persepsi dari konsumen mengenai sebuah merek yang dijadikan refleksi dari asosiasi yang tersedia pada benak pembeli.</p> <p>(Kotler dan Keller, 2016)</p>	<p>1. Citra produk (<i>product image</i>) 2. Citra pemakai (<i>user image</i>) 3. Citra pembuat (<i>corporate image</i>)</p> <p>(Aaker and Biel, 2009)</p>
Kualitas Layanan (X3)	<p>Kualitas layanan merupakan usaha perusahaan dalam memenuhi keinginan maupun kebutuhan dari konsumen dan apakah komunikasi pemasaran yang disampaikan tepat dan sesuai dengan harapan konsumen.</p> <p>(Wijaya, 2021)</p>	<p>1. Berwujud (Tangible) 2. Jaminan (Assurance) 3. Daya tanggap (Responsiveness) 4. Keandalan (Reliability) 5. Empati (Empathy)</p> <p>(Tjiptono dan Chandra, 2016)</p>

### 3.6 Metode Analisis Data

Data kuesioner yang sudah didapat lalu dikelola dengan metode statistik untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Penelitian ini dianalisa dengan uji statistik analisis simultan *Structural Equation Model* (SEM), dimana aspek regresi berganda serta analisa factor digabungkan sehingga penulis dapat melakukan berbagai uji yang berkesinambungan dan berkaitan satu sama lain dengan variable yang telah terukur serta diantara berbagai *construct* laten.

Keunggulan aplikasi SEM adalah penggunaan *confirmatory factor analysis* sehingga kesalahan proses ukuran dapat dikurangi dengan adanya beberapa indikator pada satu variable laten (Sarwono, 2010).

Alat analisis yang akan dipakai dalam menyelesaikan jawaban masalah pada kajian yang dilakukan adalah dengan *software* AMOS, yang seringkali dipakai pada berbagai kajian manajemen strategis maupun pemasaran (Ferdinand, 2006). Terdapat 2 jenis teknik dalam analisa pada SEM, yakni:

1. *Measurement model* maupun analisa factor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*)

Teknik atau analisis ini dipakai dalam melakukan *confirmatory* apakah indikator variable yang dipakai bisa memberikan konfirmasi terkait suatu konstruk.

2. *Causal model*

Teknik atau analisis *structural model* dalam penggambaran kaitan yang dilakukukan hipotesis antara konstruk yang memaparkan suatu kausalitas seperti kualitas berjenjang.

Sesuai pendapat dari Ferdinand (2006), terdapat enam tahap yang wajib dilaksanakan dalam pemakaian SEM, yakni:

1. Mengembangkan model berdasarkan basis teori

Tahapan pertama yakni mengembangkan model dengan proses pencarian yang memiliki justifikasi teori yang sangat erat. Dalam menerima justifikasi berdasarkan model teori yang dilakukan pengembangan, peneliti harus melaksanakan beberapa rangkaian yang menelaah pustaka secara

intens. Kemudian, ketika telah didapati hasil model tersebut maka akan dilakukan validasi secara empiric dengan komputasi program SEM.

2. Mengembangkan diagram alur (*path diagram*) dalam membuktikan kaitan antar kausalitas

Kerangka pemikiran yang sudah ditetapkan sebelumnya akan dipaparkan pada suatu alur (*path diagram*) yang hendak membantu penulis dalam membuktikan kaitan antar variable pada sebuah model. Suatu (Ferdinand, 2006), pada permodelan SEM, umumnya diproses dengan konstruk maupun factor yakni beragam konsep yang berdasar pada pijakan teoritis yang cukup dalam penjelasan beberapa wujud kaitan, pada peneliti berikut ditetapkan diagram alur maksudnya beberapa *construct* yang akan didapat tersebut. Pada proses model SEM, variable pada diagram ditetapkan pada dua yakni variable laten (*construct atau unobserved variable*) serta variable terukur (*measured atau observed variable*). Variable laten sebagai variable yang diwujudkan dengan berbagai indicator yang dicermati pada dunia nyata yang dipaparkan pada wujud elips pada SEM, sedangkan variable terukur merupakan variable datanya haruslah didapat dengan kajian lapangan secara langsung dan dipaparkan dalam wujud persegi pada SEM. Diagram alur memaparkan kaitan antara *construct* satu dengan yang lain melalui anak panah. Anak panah terebut apabila lurus, artiya menetapkan kaitan kausalitas yang langsung diantara *construct*. Apabila berbentuk garis lengkung pada anak panah, maka ditetapkan kaitan antara *construct*. *Construct* yang dibangun pada diagram alur bisa diciptakan

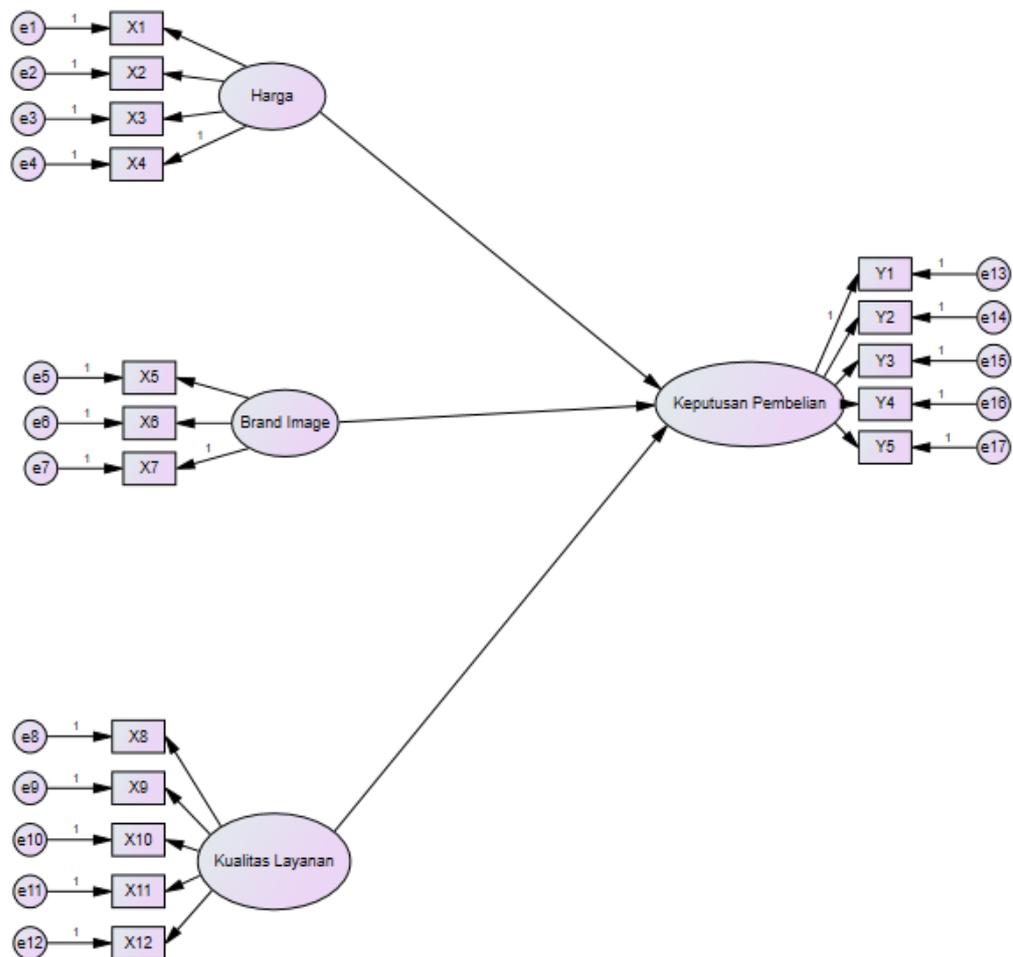
dalam dua pemakaian, yakni *construct* endogen serta *construct* eksogen. *Construct* endogen merupakan *construct* dengan prediksinya salah satu atau berbagai *construct* yang bisa tetap satu atau berbagai *construct* tersebut endogen yang lain, namun *construct* eksogen hanya bisa berkaitan dengan kausal dengan *construct* endogen. *Construct* endogen (*independent variables*) merupakan *construct* yang ditunjukkan oleh garis dengan satu ujung panah, tidak bisa dilakukan prediksi mengenai variable lain pada model ini. Keterangan indikator konstruk bisa dianalisa pada Tabel 3.4. berikut ini:

**Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk**

<b>Indikator Harga</b>
X1: Harga plastik di CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo terjangkau
X2: <u>Harga plastik</u> di CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo sesuai dengan kualitas produk
X3: <u>Harga plastik</u> di CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo sesuai dengan manfaat yang saya rasakan
X4: <u>Harga plastik</u> di CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo yang dapat bersaing dengan produk lain
<b>Indikator Brand Image</b>
X5: Produk yang saya pakai dibuat oleh CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo yang mempunyai reputasi yang baik
X6: Produk CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo mampu memberikan kesan yang berkelas bagi pemakainya
X7: Produk CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo memiliki citra merek yang sesuai dengan kualitasnya, sehingga sudah dikenal banyak orang.
<b>Indikator Kualitas Layanan</b>
X8: CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo memiliki lokasi yang mudah dijangkau menggunakan alat transportasi.
X9: Karyawan CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo memberikan perhatian secara khusus kepada konsumen.
X10: Karyawan CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen.
X11: Karyawan CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo cepat dalam menanggapi konsumen.
X12: Produk CV. Sumber Untung Jaya Sejahtera Sidoarjo terjamin kualitasnya.
<b>Indikator Keputusan Pembelian</b>
Y1: Saya mempertimbangkan toko ini sebagai pilihan pertama saya dalam berbelanja
Y2: Saya memiliki intensi untuk berbelanja kembali di toko ini di kemudian hari
Y3: Saya akan mengunjungi toko ini kembali di kemudian hari
Y4: Saya akan menggunakan produk toko ini kembali di kemudian hari
Y5: Saya akan tetap berbelanja lebih lagi di toko ini di kemudian hari

**Sumber: Dikelola Peneliti**

Berdasarkan diagram pada Tabel 3.3, bisa dipaparkan jika indikator yang dimaksud pada kajian berikut yakni X1-X25 serta Y1-Y5. *Construct* eksogen pada diagram itu antara lain Harga, *Brand Image*, serta *Kualitas*



*Layanan*. Sedangkan konstruk endogen merupakan Keputusan Pembelian.

**Gambar 3. 1**  
**Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis**

3. Konversi diagram alur pada sejalar dengan persamaan spesifikasi model ukuran serta persamaan structural. Model maupun teori yang sudah dilakukan perkembangan serta penggambarannya pada diagram alur yang

konversinya dilakukan pada serangkaian persamaan. Persamaan model ukuran dipakai dalam melaksanakan pengukuran seberapa kuat struktur tersebut dalam pembentukan variable laten dari beberapa dimensinya (Ferdinand, 2002)(Ferdinand, 2002).

**Tabel 3. 4 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen**

Harga	Brand Image	Kualitas Layanan	Keputusan Pembelian
X1= $\lambda$ 1KH+e1 X2= $\lambda$ 2KH+e2 X3= $\lambda$ 3KM+e3 X4= $\lambda$ 4DS+e4	X5= $\lambda$ 5CI+e5 X6= $\lambda$ 6UI+e6 X7= $\lambda$ 7PI+e7	X8= $\lambda$ 8T+e8 X9= $\lambda$ 9E+e9 X10= $\lambda$ 10R+e10 X11= $\lambda$ 11RE+e11 X12= $\lambda$ 12A+e12	Y1= $\lambda$ 1PP+e13 Y2= $\lambda$ 2PP+e14 Y3= $\lambda$ 3P+e15 Y4= $\lambda$ 4WP+e16 Y5= $\lambda$ 5JP+e17

Persamaan structural dipadukan dalam membahas kaitan kausalitas antara berbagai konstruk dengan pedomannya: “variabel endogen = variabel eksogen + variabel endogen + error” (Ferdinand, 2002)(Ferdinand, 2002).

Persamaan struktural dalam alur diagram dapat dianalisa pada gambar 3.1 yakni:

$$KP = \alpha_1.H + \alpha_2.BI + \alpha_3.KL + \delta_1$$

Dimana:

$\delta$  = Disturbance term

$\alpha$  = Koefisien regresi

KP = Keputusan Pembelian

H = Harga

BI = *Brand Image*

KL = Kualitas Layanan

4. Penilaian problem yang teridentifikasi. Dari program komputer yang dipakai dalam estimasi model kausal, sebagian permasalahan yang muncul yakni masalah identifikasi. Masalah ini sebagai permasalahan tentang ketidakbisaan dari model yang sedang dirumukan demi mendapati output unik dengan estimasi. Sesuai pendapat dari Ferdinand (Ferdinand, 2002)(2002), masalah identifikasi bisa timbul dengan berbagai gejala yakni:

- a. Ketika standard error pada satu maupun berbagai koefisien yakni didapati sangat besar.
- b. Ketika program tidak bisa mendapatkan matriks informasi yang sesuai dengan program.
- c. Ketika muncul angka-angka yang aneh misalnya terdapat “varians error” yang negative.
- d. Timbul hubungan yang sangat tinggi diantara koefisien estimasi yang diterima (misalnya lebih dari 0,9). Jika setiap dilaksanakannya estimasi timbul masalah dalam identifikasi, maka seharusnya model tersebut dipikirkan kembali dengan pengembangan berbagai macam *construct*.

5. Evaluasi kriteria *Goodness-of-Fit*

Sebelum dilaksanakan evaluasi sesuai dengan model (*goodness-of-fit*), data yang akan dipakai pada analisa tersebut haruslah dilakukan uji sebelumnya, apakah ada dan sesuai dengan asumsi SEM ataukah tidak.

Menurut Ferdinand (Ferdinand, 2002)(2002), asumsi-asumsi itu antara lain:

- a. Pengukuran sampel, ketetapan total sampel minimum merupakan 100, dengan mempertimbangkan lima observasi dalam tiap-tiap *estimated parameter*.
- b. Linearitas serta normalitas, dilakukan uji dengan memakai metode statistic dengan melihat *skewness value* sesuai data yang dipakai.
- c. *Outliers, multivariate outliers* dilakukan uji dengan *mahalanobis distance*.

Usai uji data telah selesai, maka tahapan berikutnya yakni melaksanakan evaluasi tentang ketetapan model. Uji kesesuaian model tersebut dilaksanakan dengan memakai berbagai indeks kesesuaian (*fit index*) dalam memproses pengukuran “kebenaran” model yang ditetapkan. Indeks yang sesuai berdasarkan pendapat Ferdinand (Ferdinand, 2002)(2002) yang dipakai yakni:

- a. *X<sup>2</sup>-Chi square statistic*

Model yang diberlakukan pengujian yang dianggap baik ataupun kepuasan yang timbul jika *chi-square* tersebut rendah. Semakin kecil nilai dari  $X^2$  semakin baik juga model tersebut serta diterima sesuai dengan probabilitas *cut off value* sebanyak  $p > 0.05$  atau  $p > 0.10$ .

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

RMSEA ialah suatu indeks yang dipakai demi kompensasi *chi-square statistic* pada sampel yang besar. Nilai RMSEA memaparkan nilai

*goodness-of-fit* yang bisa diselesaikan jika terdapat pada estimasi populasi model tersebut. Nilai RMSEA yang  $\leq 0.8$  sebagai indeks agar bisa diterima model yang mengidentifikasi suatu “close fit” sesuai dengan *degrees of freedom*.

c. GFI (*Goodness of Fit Index*)

Dalam pengukuran *non-statistical* yang memiliki rentang nilai diantara 0 “*poor fit*” hingga 1.0 “*perfect fit*”. Nilai yang tinggi pada indeks tersebut memaparkan suatu “*better fit*”.

d. AGFI (*Adjusted Goodness Fit Index*)

Tingkat penerimaan yang akan terlibat rekomendasi jika AGFI dengan memiliki nilai yang  $\geq 0.90$ . Nilai sebanyak 0.95 dilakukan interpretasi suatu proses yang baik “*good overall model fit*” (baik), sedangkan jika data nilai antara 0.90-0.95 termasuk tingkat cukup “*adequate fit*”.

e. CMIN/DF

CMIN/DF atau “the *minimum sample discrepancy function*”. CMIN yang terbagi dari *degree of freedom* mendapati hasil indeks CMIN/DF, biasanya dipaparkan penulis sebagai bagian dari indikator dalam pengukuran tingkat *fit* pada suatu model. CMIN/DF atau “*chisquare statistic*”,  $X^2$  terbagi dengan DF hingga dikenal sebagai  $X^2$ -relatif. Nilai  $X^2$ -relatif  $< 5.0$  yakni indikasi dari *acceptable fit* diantara data serta model.

f. TLI (*Tucker Lewis Index*)

TLI (*Tucker Lewis Index*) ialah suatu *alternative incremental "fit index"* yang melakukan perbandingan suatu model yang diuji pada suatu *baseline model*, yang mana nilai yang dijadikan pedoman dalam penerimaannya sebesar  $>0.095$  (rekomendasi) serta nilai tersebut hampir sampai 1.0 yang akan mencapai "*a very good fit*".

g. CFI (*Comparative Fit Index*)

Rentang nilai sebanyak 0-1, yang mana akan diindikasikan pada tingkat "*fit*" yang tertinggi yakni "*a very good fit*". Kesimpulannya, indeks-indeks tersebut bisa dipakai dalam pengujian layak tidaknya suatu model yang dipaparkan pada Tabel 3.6 yakni:

**Tabel 3. 5 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model**  
(*Goodness of Fit Index*)

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut Off Value</i>
<i>X<sup>2</sup>-Chi-square</i>	Diharapkan kecil
<i>Significanty Probability</i>	$> 0.05$
RMSEA	$> 0.08$
GFI	$> 0.09$
AGFI	$> 0.09$
CMIN/DF	$< 2.00$
TLI	$> 0.95$
CFI	$> 0.95$

Sumber: Ferdinand (2002)

6. Interpretasi dan modifikasi

Model pada tingkatan selanjutnya yakni penginterpretasian model serta modifikasi dari model yang tidak sesuai persyaratan uji yang dilaksanakan. Acuan dalam pertimbangan yang dibutuhkan atau tidak memodifikasi model dengan memperhatikan total residu yang dikeluarkan. Terdapat batasan yang aman dalam total residu yang dikeluarkan model yakni 5%.

Apabila total residual dari model lebih dari 2% dari seluruh total residu kovarians yang dikeluarkan, maka modifikasi tersebut diperlukan dalam pelaksanaannya. Apabila ditemukan pada hasil model jika nilai residual sebanyak lebih dari 2.58, maka cara lainnya saat melakukan proses modifikasi yakni dengan memperhatikan dan memutuskan agar memberikan tambahan dari suatu alur baru pada model yang dilakukan estimasi itu. Nilai residual value  $\geq \pm 2.58$  secara statistic maka akan dilakukan interpretasi sebagai signifikasnsi dengan tingkatan 5% serta nilai residual yang signifikan tersebut akan memperlihatkan terdapat prediksi eror pada setiap indicator yang substansial.

Bila temuan bahwa nilai residual yang dihasilkan model cukup besar yaitu  $> 2.58$  maka cara lain dalam memodifikasi adalah dengan mempertimbangkan untuk menambah sebuah alur baru terhadap model yang diestimasi tersebut. Nilai residual *value* yang lebih besar atau sama dengan  $\pm 2.58$  diinterpretasikan sebagai signifikansi secara statistik pada tingkat 5% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya prediction error yang substansial untuk sepanjang indikator.

### **3.6 Uji Reliabilitas**

Usai menyesuaikan model uji “model fit”, dilaksanakan tahapan selanjutnya yakni tahapan evaluasi reliabilitas serta unidimensionalitas. Maksud unidimensionalitas yaitu suatu asumsi yang dipakai pada proses perhitungan

realibilitas dari model yang ditunjukkan jika pada suatu model satu dimensi, indicator-indicator yang dipakai mempunyai derajat yang sesuai (Ferdinand, 2002)(Ferdinand, 2002). Pendekatan yang direkomendasikan dalam proses evaluasi pada model ini yakni:

1. *Composite reliability*, merupakan pengukuran tentang konsistensi internal dari berbagai indicator suatu *construct* yang menetapkan derajatnya hingga yang mana tiap-tiap indicator tersebut melakukan indikasi suatu factor laten ataupun *construct*.
2. *Variance extracted*, yang memperlihatkan total varians dari berbagai indicator dengan proses pengembangan ekstraksi oleh *construct* laten. Nilai tinggi dari *variance extracted* memperlihatkan tiap-tiap indicator tersebut sudah terwakilkan dengan baik perkembangan *construct* laten. Nilai tersebut tersebut dianjurkan untuk tingkatan yang paling sedikit yakni 0.50 (Ferdinand, 2002).