

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian atau pengumpulan data dilakukan di sejumlah SMA di Kota Bandung Jawa Barat baik SMA Negeri maupun SMA Swasta , yang tersebar di semua wilayah Kota Bandung, yaitu wilayah barat, timur, selatan dan utara Kota Bandung. Waktu pengumpulan data dilakukan dari bulan Juli 2013 s/d bulan awal September 2013, dimulai dari proses penyebaran angket sampai pada proses pengumpulan kembali angket. Sampai pada akhir proses pengumpulan, angket yang dapat di olah menjadi data penelitian dari 9 SMA Negeri dan 15 SMA Swasta, sebanyak 355 angket.

B. Objek dan Subjek penelitian

Sesuai dengan kerangka penelitian, terdapat delapan variabel yang diteliti sebagai objek penelitian ini. Dalam penelitian ini perjalanan rutin, rutinitas belanja, sosialisasi, dan masa tinggal menjadi variabel bebas bagi literasi ekonomi, sedangkan variabel bebas bagi perilaku konsumen adalah perjalanan rutin, rutinitas belanja, sosialisasi, masa tinggal, literasi ekonomi, pertimbangan ekonomis, dan pertimbangan non ekonomis.

Selain itu karena variabel literasi ekonomi merupakan pula variabel bebas bagi perilaku konsumen, maka variabel ini ditempatkan sebagai variabel moderator.

Subjek penelitian ini adalah para guru SMA di Kota Bandung baik SMA Negeri maupun SMA swasta, dengan unit observasi dan analisisnya pada tingkat individu. Penelitian ini dilakukan terhadap guru-guru SMA di

Kota Bandung, dengan dilandasi dengan keyakinan bahwa: 1) guru sebagai representasi dari orang dewasa yang memiliki kemampuan mengambil keputusan; 2) guru dipandang sebagai pemberi teladan bagi anak didik khususnya dan masyarakat pada umumnya; 3) di tingkat persekolahan, pembelajaran ekonomi diberikan secara khusus di SMA.

C. Metode Penelitian

Dilihat dari tujuannya, jenis penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian eksplanatori atau penelitian korelasional (Gall & Borg, 2003) yang bersifat non-eksperimental. Oleh karena itu metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Ciri-ciri dari metode survei adalah, tujuannya dapat bersifat deskriptif dan juga verifikatif, eksplanatori atau konfirmatori, data dikumpulkan dari sampel yang telah ditentukan, data variabel penelitian dijaring dengan menggunakan alat pengumpulan data tertentu, yaitu kuesioner (Kerlinger, 1990; Gall & Borg, 2003)

Penelitian eksplanatori adalah penelitian bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada. Melalui penelitian eksplanatori ini dapat diketahui bagaimana korelasi antara dua atau lebih variabel baik pola, arah, sifat, bentuk maupun kekuatan hubungannya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah guru-guru SMA di Kota Bandung. Berdasarkan data dari badan Pengembangan SDM Pendidikan dan Kebudayaan & Penjaminan Mutu Pendidikan Kemendikbud, Desember 2012, dan Kantor Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota

Bandung, jumlah guru SMA di Kota Bandung s adalah 3.072 orang, terdiri atas 1.737 orang guru SMA negeri dan 1.335 orang guru SMA Swasta.

2. Sampel

a. Ukuran Sampel

Besarnya sampel penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan rumus ukuran sampel dari Slovin (1994) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi = 3.085 orang

e^2 = *level of error* yang ditetapkan = 0,05

$$n = \frac{3.085}{1 + 3.085(0,05)^2} = 354,29$$

Dibulatkan menjadi 355

Berdasarkan perhitungan di atas, maka besarnya ukuran sampel dalam penelitian ini adalah 355 orang.

b. Penentuan Sampel

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif dan dapat mewakili, maka diusahakan agar setiap subjek

dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Unit analisis penelitian ini adalah guru SMA di Kota Bandung yang terdiri dari SMA Negeri dan SMA swasta, sehingga banyaknya sampel berdasarkan status sekolah ditentukan secara proportional. Dengan demikian akan didapatkan sampel yang representatif dari masing-masing status SMA. Distribusi jumlah anggota sampel yang diambil ditentukan dengan formula (rumus) sebagai berikut :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan :

N = Total anggota populasi guru SMA di Kota Bandung

N_i = Total anggota populasi guru SMA per status sekolah

n = Jumlah anggota sampel guru SMA Kota Bandung yang ditetapkan

n_i = Jumlah anggota sampel guru SMA per status sekolah

Sebaran sampel berdasarkan status sekolah tampak pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Jumlah Populasi dan Sampel Berdasarkan
Status Sekolah

No.	Status Sekolah	Populasi (N)	Sampel (n)
1	SMA Negeri	1.737	$1737/3085 \times 355 = 200$
2	SMA Swasta	1.348	$1348/3085 \times 355 = 155$
	Jumlah	3.085	355

Dengan demikian maka diperoleh besaran sampel untuk SMA negeri sebanyak 200 orang dari 27 SMA negeri dan untuk SMA swasta sebanyak 155 orang dari 107 SMA swasta yang ada di Kota Bandung.

Selanjutnya dilakukan penentuan sampel sekolah untuk masing-masing status sekolah. Pengambilan sampel sekolah dilakukan dengan cara random sampling sebesar 10% dari jumlah SMA, maka diperoleh 27 sekolah dengan memperhatikan keterwakilan setiap wilayah. Akan tetapi sampai dengan batas waktu yang ditetapkan data yang terkumpul dan memungkinkan untuk dijadikan sampel hanya berasal 24 sekolah.

Penyebaran sampel sekolah dan sampel guru sebagai unit analisis tampak pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2
Jumlah Sampel per Sekolah

No.	SMA SWASTA		SMA NEGERI	
	Nama Sekolah	Σ Sampel	Nama Sekolah	Σ Sampel
1	Angkasa	9	Negeri 1	27
2	BPK Penabur 1	9	Negeri 3	23
3	BPK Penabur 2	16	Negeri 4	26
4	Y W K A	17	Negeri 6	23
5	Lab School	9	Negeri 7	15
6	Bina Dharma I	16	Negeri 11	27
7	Puragabaya	11	Negeri 19	28
8	PGGI I	8	Negeri 22	14
9	Nusantara	10	Negeri 25	17
10	11 Maret	9		
11	Muhamadiyah 3 Plus	8		
12	Sumatra 40	7		
13	Al Ghifari	8		

14	Krida Nusantara	13		
15	Santa Maria	5		
	Jumlah	155		200
Jumlah Sampel = 355 orang guru				

E. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel untuk dasar proses melakukan pengukuran, yaitu memberikan nilai atau ukuran terhadap variabel yang diteliti menurut indikator-indikator yang dapat diobservasi (Kerlinger, 1990: 51). Secara rinci, Tabel 2.3 menjelaskan operasionalisasi variabel yang dimaksud

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep	Variabel	Indikator	Pengukuran
Pengalaman Belajar. Proses belajar dan proses perubahan yang menggunakan pengalaman sebagai media belajar atau pembelajaran, yang dilakukan melalui refleksi dan melalui suatu proses pembuatan makna dari pengalaman langsung. Seluruh kehidupan	Interaksi dalam Perjalanan rutin	1. Jarak Lokasi 2. Waktu Berpergian 3. Tempat Tujuan 4. Cara berpergian/ Perjalanan	Jumlah skor skala interaksi dalam perjalanan rutin dari indikator: 1. Jarak Lokasi 2. Waktu Berpergian 3. Tempat Tujuan 4. Cara berpergian/ Perjalanan
	Interaksi dalam bersosialisasi	1. Cara Bergaul 2. Teman Bergaul 3. Tempat Bergaul 4. Waktu Bergaul	Jumlah skor skala interaksi dalam sosialisasi dari indikator: 1. Cara Bergaul 2. Teman Bergaul 3. Tempat Bergaul 4. Waktu Bergaul
	Interaksi	1. Waktu Belanja	Jumlah skor skala

Neti Budiwati, 2014

Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<p>manusia pada hakekatnya adalah belajar. (Kolb, 1984).</p>	<p>dalam Rutinitas Belanja</p> <p>Interaksi dari Masa Tinggal</p>	<p>2. Tempat Belanja</p> <p>1. Lama Tinggal di Tempat sekarang 2. Lama Kerja di Tempat sekarang</p>	<p>interaksi dalam rutinitas belanja dari indikator: 1. Waktu Belanja 2. Tempat Belanja</p> <p>Jumlah skor skala interaksi dari masa tinggal dari indikator: 1. Lama Tinggal di Tempat sekarang 2. Lama Kerja di Tempat sekarang</p>
<p>Literasi Ekonomi Literasi ekonomi meliputi kemampuan dan kesadaran individu tentang apa, mengapa dan bagaimana menjadi konsumen cerdas, produsen bijak, penabung dan investor, pekerja produktif dan warga negara yang bertanggung jawab. (Wulandari)</p>	<p>Tingkat Literasi Ekonomi</p>	<p>Literasi Ekonomi aspek mikro dan makro ekonomi</p>	<p>Jumlah skor skala tingkat literasi ekonomi dengan menggunakan <i>The Standards in Economics Survey</i> yang dikembangkan oleh <i>National Council for Economic Education</i> (NCEE), dari indikator: 1. Ekonomi mikro 2. Ekonomi makro</p>
<p>Pertimbangan Ekonomis (dalam kajian ekonomi)</p> <p>Pertimbangan terhadap faktor-faktor ekonomis, diantaranya pertimbangan terhadap tinggi atau rendahnya</p>	<p>Kondisi pertimbangan ekonomis</p>	<p>1. Harga barang 2. Manfaat barang</p>	<p>Jumlah skor skala kondisi pertimbangan ekonomis dari indikator: 1. Harga barang 2. Manfaat barang</p>

Neti Budiwati, 2014

Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

harga produk yang akan dibeli dan manfaat barang yang dibeli (Sudarsono)			
<p>Pertimbangan non Ekonomis (dalam kajian <i>Human Geography</i>)</p> <p>Pertimbangan terhadap faktor di luar faktor ekonomis yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk/belanja pada pusat pertokoan tertentu, seperti jarak ke tempat belanja dan daya tarik pusat perbelanjaan (Johnson& Rimmer;Rushton)</p>	Kondisi pertimbangan non Ekonomis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jarak ke tempat belanja 2. Daya tarik pusat belanja 	<p>Jumlah skor skala kondisi pertimbangan non ekonomis dari indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Jarak ke tempat belanja 2.Daya tarik pusat perbelanjaan
<p>Perilaku Konsumen</p> <p>Perilaku dimana seorang konsumen memutuskan membeli beberapa kelompok barang tertentu karena ia lebih menyenangnya daripada kumpulan barang yang lain, atau barang itu lebih murah jika</p>	Tingkat Perilaku Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preferensi kebutuhan 2. Preferensi ritel 	<p>Jumlah skor skala penilaian perilaku konsumen dari indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Preferansi kebutuhan 2. Preferensi Ritel

Neti Budiwati, 2014

Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dibandingkan dengan barang yang lain. Perilaku yang ditunjukkan dengan konsumen mengurutkan semua alternatif barang dan pusat perbelanjaan yang lebih disukai. (Samuelson dan Dawson)			
---	--	--	--

F. Alat Pengumpulan Data

Sejalan dengan metode penelitiannya maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi tidak langsung, yaitu data dikumpulkan dengan menggunakan alat yang telah dipersiapkan terlebih dahulu . Adapun pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan cara:

1. Uji tes, digunakan untuk variabel literasi ekonomi. Soal tes diadopsi dari uji literasi ekonomi yang dikembangkan oleh *National Council on Economic Educations* (NCEE) yang disesuaikan untuk konteks Indonesia. Instrumen tes dapat dilihat pada lampiran 2.
2. Kuesioner Penelitian
Sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian dan teknik pengumpulan data di atas, maka dalam penelitian ini ada empat kuesioner yang digunakan yaitu, kuesioner pengalaman belajar dengan dimensi interaksi dalam perjalanan rutin (X1), Interaksi dalam sosialisasi (X2), Interaksi dalam rutinitas belanja (X3) dan interaksi dari masa tinggal (X4), kuesioner pertimbangan ekonomis (X6),

kuesioner pertimbangan non ekonomis (X7), dan kuesioner perilaku konsumen (Y). Kuesioner dapat dilihat pada lampiran 2.

Kuesioner di atas seluruhnya disusun dengan menggunakan penskalaan model Likert 5 poin, kecuali untuk perilaku konsumen menggunakan skala pengukuran 5 poin. Digunakannya penskalaan model Likert dilandasi oleh empat pertimbangan. *Pertama*, penskalaan model Likert relatif lebih mudah membuatnya dibanding dengan penskalaan model lain. *Kedua*, penskalaan model Likert mempunyai reliabilitas yang relatif lebih tinggi bila dibandingkan dengan penskalaan model lain, khususnya model Thurstone. *Ketiga*, penskalaan model Likert dapat disusun dalam berbagai jenis respon alternatif (Nazir, 1999: 398). *Keempat*, dalam pengolahannya hasil pengukuran yang diperoleh melalui penskalaan model Likert adalah skor atau nilai dengan ukuran interval.

G. Teknik Skoring

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang 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 dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Data yang diperoleh dari skala tersebut adalah berupa data interval sehingga untuk keperluan perhitungan analisa maka data tersebut relevan. (Morisson, dkk., 2012: 88)

Dalam penyusunan instrumen untuk variabel tertentu butir-butir pertanyaan dibuat dalam bentuk kalimat positif atau negatif, sehingga responden dapat menjawab dengan konsisten. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor 1-5, dengan ketentuan sebagai berikut:

No	Pilihan Jawaban	Pernyataan	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju/Sangat Sering	5	1
2	Setuju/Sering	4	2
3	Ragu-ragu/Jarang	3	3
4	Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah	2	4
5	Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah	1	5

H. Pengujian Instrumen Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data mengenai pengalaman dalam perjalanan rutin, pengalaman sosialisasi, pengalaman rutinitas belanja, masa tinggal, literasi ekonomi, pertimbangan ekonomis dan pertimbangan non ekonomis serta perilaku konsumen dengan menyebarkan angket dan tes sebagai instrumen penelitian karena instrumen merupakan suatu alat pengukuran pengetahuan, keterampilan, sikap dan dapat berupa tes, angket ataupun dengan wawancara.

Dalam praktik penelitian, dari sekian metode yang ada pada umumnya para peneliti biasa menggunakan korelasi item-total (*item-total correlation*) dan atau korelasi item-total dikoreksi (*corrected item-total correlation*) sebagai statistik uji validitas.

Suatu tes dikatakan memiliki validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil dengan maksud digunakannya tes tersebut.

$$r_{iY} = \frac{\Sigma iY - (\Sigma i)(\Sigma Y) / n}{\sqrt{[(\Sigma i^2) - (\Sigma i)^2 / n][(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2 / n]}}$$

(Azwar, 2012: 93)

Keterangan :

i = Skor item

Y = Skor skala

n = Banyaknya subjek

Item pertanyaan atau pernyataan diindikasikan memiliki validitas apabila skor item tersebut berkorelasi secara positif dan signifikan (nilai *P*-hitung $\leq 0,05$) dengan skor totalnya. Jika koefisien korelasi antara skor item dengan skor total tidak signifikan (nilai *P*-hitung $> 0,05$) atau bernilai negatif hal tersebut menunjukkan item yang bersangkutan tidak valid.

Tes reliabilitas adalah tes yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah alat pengumpul data yang digunakan menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan, dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas instrumen dianalisis dengan rumus Alpha Cronbach. Koefisien alpha Cronbach merupakan statistik uji yang paling umum digunakan para peneliti untuk menguji realibilitas suatu instrumen penelitian. Menurut statistika alpha Cronbach, suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki realibilitas yang memadai jika koefisien alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,70.(Hair, et.al., 1998: 88)

Neti Budiwati, 2014

Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji coba instrumen dilakukan terhadap 38 orang guru ekonomi dari beberapa sekolah yang tergabung dalam MGMP Ekonomi Kota Bandung. Data yang terkumpul kemudian di olah, dan diperoleh data:

- 1) Untuk kelompok variabel belajar yang terdiri dari X1, X2, X3, dan X3, dari 36 item terdapat 4 item tidak valid yaitu item no 6, 14, 19 dan 29.
- 2) Untuk kelompok variabel pertimbangan ekonomis dan non ekonomis, dari 14 item terdapat 1 item tidak valid yaitu item no. 2
- 3) Untuk kelompok variabel perilaku konsumen, dari 16 item terdapat 2 item tidak valid yaitu item 4 dan 14.

Semua item yang tidak valid tidak mengganggu karena setiap indikator dimunculkan lebih dari 2 item, sehingga masih ada item yang mewakili dan item yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian. Perhitungan uji validitas dapat dilihat pada lampiran 3.

2. Uji Reliabilitas Instrumen.

Untuk menghitung uji reliabilitas, penelitian ini menggunakan rumus *Alpha* dari Cronbach sebagaimana berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_n^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Neti Budiwati, 2014

Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan: r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyak butir pernyataan atau banyaknya soal
 $\sum \sigma_n^2$ = Jumlah *varians* butir
 σ_t^2 = *varians* total

Kriteria pengujiannya adalah jika r hitung lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikansi pada $\alpha = 0,05$, maka instrumen tersebut adalah reliabel, sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrumen tidak reliabel. Hasil uji realibitas ditunjukkan oleh tabel 2.4 berikut:

Tabel 3.4
Hasil Perhitungan Reliabilitas Instrumen

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keputusan
Pengalaman Belajar	0.862	0.320	Reliabel
Pertimbangan ekonomis dan non ekonomis	0.653	0.320	Reliabel
Perilaku Konsumen	0.818	0.320	Reliabel

Sumber: pengolahan data, lampiran 3

I. Analisis Data

1. Konversi Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Data dari tujuh variabel penelitian (kecuali variabel X5 – Literasi ekonomi menggunakan alat berupa tes) dari kuesioner tersebut merupakan data dalam skala level ordinal. Mengingat analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SEM yang mensyaratkan data minimal berskala interval, maka data ordinal yang didapat selanjutnya ditransformasi ke skala interval dengan menggunakan pendekatan distribusi Z model

Edward. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Sappaile (2007) dalam Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan:

Skala adalah alat pengumpul data yang dapat merupakan skala penilaian yang sifatnya ordinal, seperti skala Likert. Skor butir pernyataan pada skala ordinal tidaklah tepat dilakukan penjumlahan dari sejumlah skor, tetapi penjumlahan skor dapat dilakukan bila skor pernyataan merupakan skala interval atau skala rasio. Untuk memperoleh skor butir pernyataan yang sifatnya interval diperlukan transformasi data dengan pendekatan distribusi Z.

Oleh karena itu data yang diinput dalam penelitian ini adalah data yang sudah dikonversi, dengan cara tiap pernyataan dianalisis tentang distribusi jawaban responden, misalnya kategori SS, S, RR, TS, STS dengan menghitung frekuensi jawaban responden yang memilih SS dan seterusnya. Hal ini didasarkan pernyataan Suryabrata (Sappaile, 2007) bahwa yang perlu diperhatikan dalam kelompok subjek harus benar-benar sesuai dengan apa yang dirumuskan dalam spesifikasi. Demikian pula kondisi pengukuran harus benar-benar mendekati kondisi alami, sehingga para subjek dapat menampilkan respon yang benar-benar mencerminkan keadaan yang sebenarnya.

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut. **Pertama**. Menghitung frekuensi (f) jawaban responden pada setiap kategori. **Kedua**. Menentukan proporsi (p), yaitu dengan membagi setiap frekuensi dengan banyaknya subjek. **Ketiga**. Menentukan proporsi kumulatif (cp), yaitu proporsi suatu kategori ditambah dengan proporsi-proporsi kategori di kirinya. **Keempat**. Menentukan titik tengah proporsi kumulatif (m-cp). **Kelima**. Nilai z diperoleh dengan membandingkan tabel z untuk masing-masing titik tengah proporsi kumulatifnya.

Data hasil transformasi dari skala ordinal ke skala interval dapat dilihat pada lampiran 4.

2. Teknik Analisis Data

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis model persamaan struktural atau umumnya disebut dengan *Structural Equation Modelling* (SEM). SEM merupakan suatu teknik statistik yang digunakan untuk menguji serangkaian hubungan antara beberapa variabel. Secara lebih jelas Hair, et.al.(1998) mengemukakan sebagai berikut:

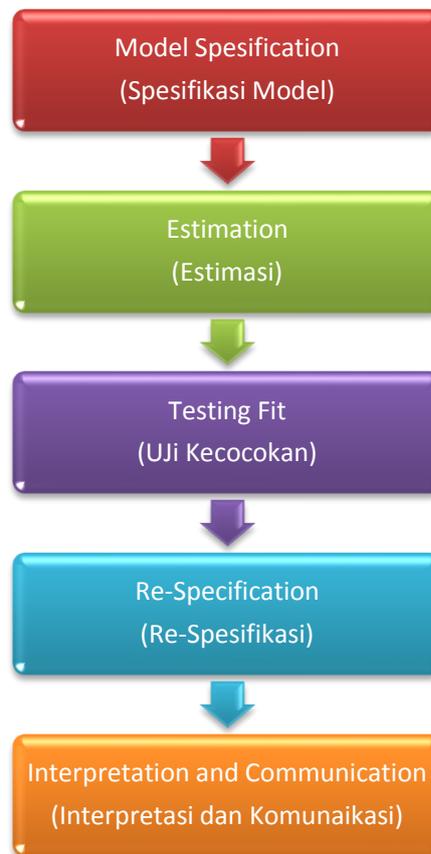
Structural equation modeling, often referred to simply as LISREL (the name of one of the more popular software packages), is multivariate technique combining aspects of multiply regression and factor analysis to estimate a series of interrelated dependence relationships simultaneously. It is characterized by two components: (1) the structural model and (2) the measurement model. The structural model is the "path" model, which relates independent to dependent variables. The measurement model allows the researcher to use several variables (indicators) for a single independent or dependent variable.

Artinya : model persamaan struktural adalah teknik multivariat yang menggabungkan regresi multiple dan analisis faktor untuk mengestimasi serangkaian hubungan ketergantungan yang saling terkait secara bersama-sama. Model persamaan struktural terdiri dari dua komponen yaitu (1) Model Struktural dan (2) model pengukuran. Model struktural merupakan model path yang menghubungkan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Model pengukuran memungkinkan peneliti untuk menggunakan beberapa variabel (indikator) untuk satu variabel bebas data terikat.

Dari kedua batasan tersebut maka dapat diidentifikasi bahwa terdapat tiga kelebihan teknik analisis SEM bila dibandingkan dengan teknik analisis data multivariate dependensi lainnya, yaitu sebagai berikut: (1) SEM merupakan kombinasi secara kompak dua metode analisis data multivariat, yaitu analisis konfirmatori dan analisis jalur; (2) SEM mampu mengevaluasi kualitas data, khususnya berkenaan dengan masalah

reliabilitas pengukuran variabel laten yang diteliti, dan (3) SEM mampu menganalisis model pengukuran dan model struktural secara simultan.

Menurut Cooper & Schindler (2006:626) tahapan dalam pengerjaan SEM adalah sebagai berikut.



Gambar 3.1
Proses Analisis Data Menggunakan SEM
Sumber : Cooper & Schindler (2006:626)

a. Model Spesification

Structural Equation Model (SEM) dimulai dengan menspesifikasikan model penelitian yang akan diestimasi. Spesifikasi model penelitian, yang merepresentasikan permasalahan yang diteliti adalah penting dalam SEM. Spesifikasi model dilakukan terhadap model pengukuran dan model struktural yang pada akhirnya akan digambarkan dalam *path diagram* yang merupakan kombinasi dari model pengukuran dan model struktural. Pada penelitian ini, variabel laten eksogen terdiri dari perjalanan rutin (X_1), sosialisasi (X_2), rutinitas belanja (X_3), masa tinggal (X_4), dan literasi ekonomi (X_5), dalam penelitian ini terdapat 2 variabel moderator yaitu pertimbangan ekonomis (X_6) dan pertimbangan non ekonomis, sedangkan keleuruhan variabel-variabel tersebut mempengaruhi variabel laten endogen perilaku konsumen (Y) baik secara langsung maupun tidak langsung. Spesifikasi model pengukuran masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

1). Persamaan Model Pengukuran Variabel Eksogen (Bebas)

- a) Interaksi dalam Perjalanan rutin (X_1) terdiri dari jarak lokasi ($X_{1.1}$), waktu bepergian ($X_{1.2}$), tempat tujuan ($X_{1.3}$), dan cara bepergian ($X_{1.4}$)

$$X_{1.1} = \lambda_1 X_1 + \delta_1$$

$$X_{1.2} = \lambda_2 X_1 + \delta_2$$

$$X_{1.3} = \lambda_3 X_1 + \delta_3$$

$$X_{1.4} = \lambda_4 X_1 + \delta_4$$

- b) Interaksi dalam Sosialisasi (X_2) terdiri dari cara bergaul ($X_{2.1}$), teman bergaul ($X_{2.2}$), tempat bergaul ($X_{2.3}$), dan waktu bergaul ($X_{2.4}$)

$$X_{2.1} = \lambda_5 X_2 + \delta_5$$

$$X_{2.2} = \lambda_6 X_2 + \delta_6$$

$$X_{2.3} = \lambda_7 X_2 + \delta_7$$

$$X_{2.4} = \lambda_8 X_2 + \delta_8$$

- c) Interaksi dalam Rutinitas Belanja (X_3) terdiri dari waktu belanja ($X_{3.1}$) dan tempat belanja ($X_{3.2}$).

$$X_{3.1} = \lambda_9 X_2 + \delta_9$$

$$X_{3.2} = \lambda_{10} X_2 + \delta_{10}$$

- d) Interaksi dari Masa tinggal (X_4) terdiri dari lamanya tinggal di tempat tinggal sekarang ($X_{4.1}$) dan lamanya berkerja di tempat kerja sekarang ($X_{4.2}$).

$$X_{4.1} = \lambda_{11} X_2 + \delta_{11}$$

$$X_{4.2} = \lambda_{12} X_2 + \delta_{12}$$

- e) Pertimbangan ekonomis (X_6) terdiri dari harga barang ($X_{6.1}$) dan manfaat barang ($X_{6.2}$).

$$X_{6.1} = \lambda_{15} X_2 + \delta_{15}$$

$$X_{6.2} = \lambda_{16} X_2 + \delta_{16}$$

- f) Pertimbangan non ekonomis (X_7) terdiri dari jarak ke pusat belanja ($X_{7.1}$) dan daya tarik pusat belanja ($X_{7.2}$).

$$X_{7.1} = \lambda_{17} X_2 + \delta_{17}$$

$$X_{7.2} = \lambda_{18} X_2 + \delta_{18}$$

2. Persamaan Model Pengukuran Variabel Endogen (Terikat)

- a) Literasi Ekonomi (X_5) terdiri dari ekonomi mikro ($X_{5.1}$) dan ekonomi makro ($X_{5.2}$).

$$X_{5.1} = \lambda_{13}X_2 + \delta_{13}$$

$$X_{5.2} = \lambda_{14}X_2 + \delta_{14}$$

- b) Perilaku Konsumen (Y) terdiri dari preferensi kebutuhan ($Y_{1.1}$) dan preferensi ritel ($Y_{1.2}$)

$$Y_{1.1} = \lambda_1Y + \varepsilon_1$$

$$Y_{1.2} = \lambda_2Y + \varepsilon_2$$

Model pengukuran di atas tampak pada gambar model model struktural hubungan antar variabel pada gambar 3.2, sehingga dirumuskan rancangan hipotesis sebagai berikut:

- Hipotesis 1 : Perjalanan rutin, sosialisasi, rutinitas belajar, dan masa tinggal berpengaruh positif terhadap literasi ekonomi

$$X_5 = \gamma_1X_1 + \gamma_2X_2 + \gamma_3X_3 + \gamma_4X_4 + \zeta_1$$

- Hipotesis 2 : Perjalanan rutin, sosialisasi, rutinitas belajar, dan masa tinggal serta pertimbangan ekonomis dan non ekonomis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen

$$Y = \gamma_1X_1 + \gamma_2X_2 + \gamma_3X_3 + \gamma_4X_4 + \gamma_6X_6 + \gamma_7X_7 + \zeta_2$$

Hipotesis 3 : Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen

$$Y = \gamma_5 X_5 + \zeta_5$$

Pengujian model dilakukan dengan menggunakan *goodness-of-fit-test* (GFT) dan statistik uji t. Penggunaan GFT bertujuan untuk menguji *overall model fit test*. Maksudnya menguji secara keseluruhan kesesuaian model dengan data. Dalam SEM, model yang diusulkan dikatakan *fit*, sesuai atau cocok dengan data apabila model mampu mengestimasi matriks kovariansi populasi antarvariabel indikator yang tidak berbeda dengan matriks kovariansi data sampel.

b. Estimation

Dalam tahap ini akan dilakukan estimasi dengan menggunakan *Maximum Likelihood Estimation (MLE)*. Menurut Ghazali dan Fuad (2005:39), untuk kuesioner yang menggunakan skala ordinal, maka metode yang tepat digunakan adalah MLE.

c. Testing Fit

Pada tahap ini dilakukan pemeriksaan kecocokan beberapa model *nested* (model yang memiliki bentuk yang sama tetapi berbeda dalam hal jumlah atau tipe hubungan kausal yang merepresentasikan model) yang secara subjektif mengindikasikan apakah data sesuai/cocok dengan model teoritis atau tidak. Untuk menguji kecocokan digunakan beberapa ukuran derajat kecocokan seperti yang tersaji dalam Tabel 3.5

Tabel 3.5

Ketentuan Kesesuaian Model

No	Ukuran Derajat Kecocokan	Keterangan	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima
1	Chi Square	Menguji apakah kovarians populasi yang diestimasi sama dengan kovarians sampel (apakah model sesuai dengan data) rasio perbandingan antara nilai chi-square dengan degrees of freedom	χ^2 Chi Square Statistic. Semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan cut off value sebesar $p > 0,05$ (5%) atau $p > 0,10$ (10%) (Hulland, <i>et. al</i> , 1996 dalam Ferdinand 2006).
2	RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)	RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation) yang merupakan penilaian kesesuaian model dalam populasi.	Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah <i>close fit</i> dari suatu model berdasarkan <i>degree of freedom</i> (Ferdinand 2000, 2006).

3	CMIN/DF	CMIN/DF atau <i>square relative</i> merupakan hasil pembagian antara fungsi kesalahan sampel yang minimal dengan derajat kebebasannya yang digunakan untuk mengukur <i>fit model</i> (Ferdinand, 2006)	CMIN/DF yang diharapkan agar model dapat diterima adalah $\leq 2,00$ atau 3,0, jadi model menghasilkan nilai sama dengan atau lebih kecil angka tersebut maka model
---	---------	--	---

Neti Budiwati, 2014

Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			tersebut <i>acceptable fit</i> antara model dan data.
4	GFI (<i>Goodness of Index</i>)	Pengujian indeks <i>goodness of fit</i> dimaksudkan untuk mengetahui proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi (Bentler, 1983, Tanaka & Huba, 1989 dalam Ferdinand, 2002).	GFI yang diharapkan adalah $GFI \geq 0,90$.
5	AGFI (<i>Adjusted Goodness Fit Index</i>)	AGFI dapat meng- <i>adjust fit</i> indeks terhadap df yang tersedia untuk menguji diterima atau tidaknya model	Hasil yang diharapkan adalah $\geq 0,90$.
6	CFI (<i>Comparative Fit Index</i>)	Uji kelayakan model yang diusulkan dengan model dasar	$CFI > 0,9$

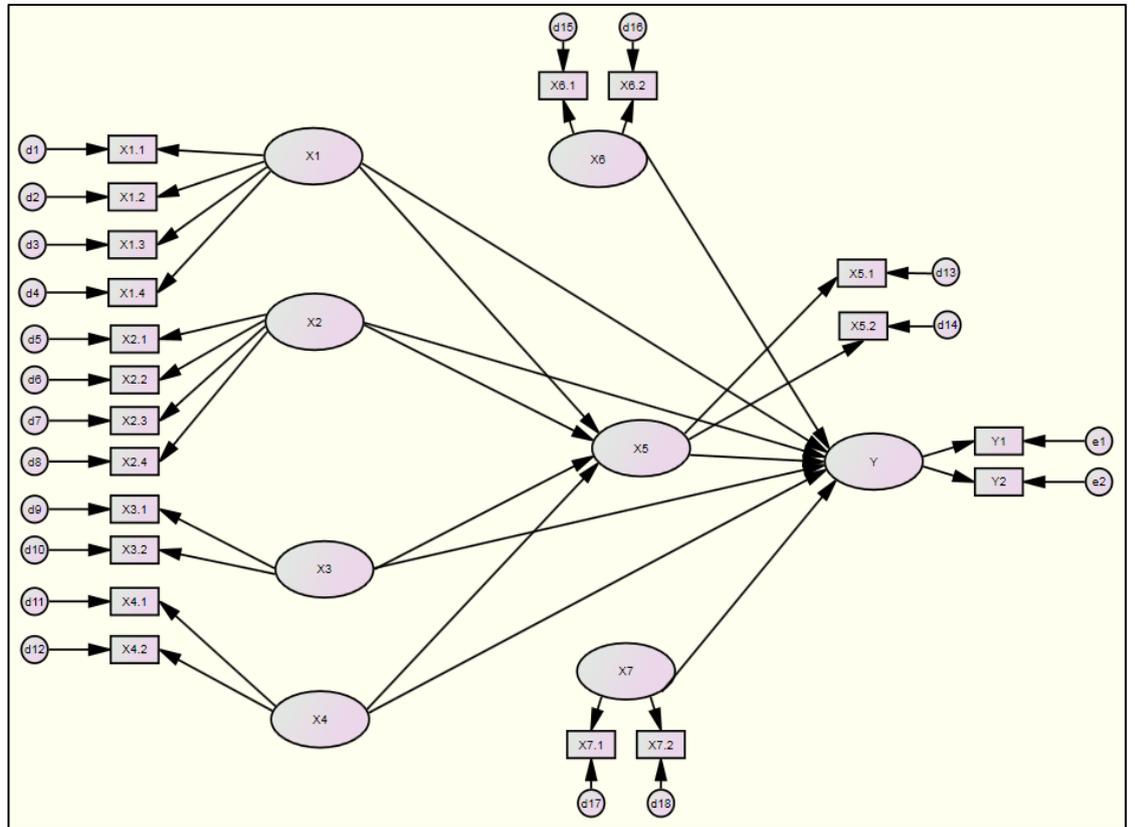
d. Re-Spesification

Apabila model yang telah dirancang menghasilkan out put yang tidak memenuhi ketentuan kesesuaian model, maka perlu dilakukan perubahan. Perubahan tersebut dapat dilakukan dengan menghapus koefisien jalur yang tidak berarti atau menambah jalur pada model yang didasarkan kepada hasil empiris (Bachrudin & Tobing, 2003: 69)

e. Interpretation and Communication

Setelah ditemukan model penelitian yang memenuhi ketentuan model penelitian yang sesuai, maka akan dilakukan penyajian melalui

diagram path yang menunjukkan tingkat hubungan antar variabel penelitian.



Gambar 3.2

Model Struktural Hubungan antar variabel

Neti Budiwati, 2014

Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu