

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

##### 1. Jenis Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif yang bersifat klausal. yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan klausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat Sugiyono (2010:45). Dalam penelitian ini penulis menganalisis uji pengaruh antara variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian.

##### 2. Data dan Sumber Data

###### a. Data Primer

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

###### b. Data Sekunder

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

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

## **B. Variabel Penelitian dan Pengukuran**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian yang terdiri dari variabel eksogen (variabel independen) dan variabel endogen (variabel dependen) diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Eksogen adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel anteseden (sebelumnya) Gozali (2011:6). Variabel Eksogen dalam penelitian ini terdiri dari :
  - a. Kualitas Pelayanan
  - b. Kepuasan Pelanggan
2. Variabel Endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel anteseden (sebelumnya) Gozali (2011:6). Variabel Endogen dalam penelitian ini yaitu :
  - a. Loyalitas Pelanggan

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Dalam survei tidak perlu meneliti semua individu di dalam populasi karena selain membutuhkan waktu yang lama, penelitian akan

menghabiskan biaya yang besar. Karena itu dapat diteliti sebagian individu yang mewakili sifat seluruh populasi. Sugiyono (2011:80) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengirimkan paket barang di Kantor Pos Indonesia di Jl.Ir .H. Juanda Bogor. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:116) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, jadi sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Dalam penelitian ini menggunakan *structural equation modeling* metode estimasi yang digunakan adalah *Maximum Likelihood*. Besarnya sampel memiliki peran penting dalam interpretasi SEM. Dengan metode estimasi menggunakan *Maksimum Likehood* (ML) minimum diperlukan sampel 100 dan maksimum 200 Imam Ghozali (2011:64). Maka dengan demikian sampel dalam penelitian ini peneliti memutuskan sampel yang digunakan sebanyak 200 responden.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *non probability*

*sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Dengan salah satu metodenya adalah *accidental sampling*, metode *accidental sampling* yaitu teknik pentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data Sugiyono (2013). Sehingga dalam metode *accidental sampling* disini peneliti mengambil responden yang pada saat itu berada di Lobi Kantor Pos Indonesia di Jl.Ir .H. Juanda Bogor sejumlah 200 orang.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dalam penelitian, penulis mengadakan wawancara, dokumentasi dan menyebarkan kuesioner terhadap pelanggan PT. Pos Indonesia.

1. Kuesioner yaitu penulis menyebarkan angket yang berupa pertanyaan kepada pelanggan PT. Pos Indonesia untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia.
2. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya-jawab secara langsung kepada pelanggan PT. Pos Indonesia.
3. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan-catatan atau dokumen yang ada di lokasi penelitian.

## E. Operasional Variabel

Operasional variabel dapat didasarkan pada satu atau lebih referensi yang disertai dengan alasan penggunaan definisi tersebut. Variabel penelitian harus dapat diukur menurut skala ukuran yang lazim digunakan. Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka dijelaskan pada tabel operasional variabel sebagai berikut :

### 1. Definisi Operasional Variabel

#### a) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Untuk pengukur konstruk Kualitas Pelayanan menggunakan indikator menurut (Fandy Tjiptono, 2008: 247) indikator ini terdiri dari 5 item pernyataan dengan skala Likert 1-5.

#### b) Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaian. Untuk pengukur konstruk Kepuasan Pelanggan menggunakan indikator menurut (Tse dan Wilton dalam Tjiptono, 2010: 24) indikator ini terdiri dari 3 item pernyataan dengan skala Likert 1-5.

#### c) Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berorientasi

menyebabkan pelanggan beralih. Untuk pengukur konstruk Loyalitas Pelanggan menggunakan indikator menurut (Kotler 2008: 18) indikator ini terdiri dari 4 item pernyataan dengan skala Likert 1-5.

**Tabel 2**  
**Operasional Variabel**

| <b>Konstruk</b>    | <b>Indikator Konstruk</b>                                                                                                                         | <b>Kode Indikator</b> | <b>Skala</b> |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------|
| Kualitas Pelayanan | 1. Kantor Pos Kota Bogor memiliki kondisi gedung yang baik dan fasilitas yang cukup lengkap                                                       | X1                    | Likert       |
|                    | 2. Pengiriman paket yang dilakukan oleh kantor Pos Kota Bogor cepat, tepat waktu dan aman                                                         | X2                    | Likert       |
|                    | 3. Karyawan kantor Pos cepat tanggap dalam menanggapi keluhan dari pelanggan                                                                      | X3                    | Likert       |
|                    | 4. Kantor Pos Kota Bogor memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan paket yang dikirimkan                                                   | X4                    | Likert       |
|                    | 5. Karyawan dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada pelanggan                                                                               | X5                    | Likert       |
| Kepuasan Pelanggan | 6. Pelayanan paket barang yang diberikan kantor Pos sesuai dengan harapan pelanggan                                                               | X6                    | Likert       |
|                    | 7. Memilih kantor pos untuk mengirimkan paket adalah pilihan yang tepat                                                                           | X7                    | Likert       |
|                    | 8. Fasilitas yang telah disediakan oleh kantor pos telah memenuhi harapan                                                                         | X8                    | Likert       |
| Loyalitas          | 9. Anda tidak terpengaruh dengan tawaran harga yang lebih rendah, yang diberikan oleh usaha jasa pengiriman paket lainnya                         | X9                    | Likert       |
|                    | 10. Anda berkeinginan kuat untuk menggunakan jasa pengiriman kantor Pos                                                                           | X10                   | Likert       |
|                    | 11. Ketika akan mengirimkan paket barang, kantor Pos menjadi pilihan pertama saya                                                                 | X11                   | Likert       |
|                    | 12. Saya akan merekomendasikan kantor pos sebagai tempat untuk mengirimkan paket barang atau fasilitas jasa lainnya kepada relasi dan kolega saya | X12                   | Likert       |

## F. Metode Pengambilan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini penulis menyebar kuesioner. Kuesioner yaitu penulis menyebarkan angket yang berupa pernyataan kepada responden. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala likert sebagai berikut :

**Tabel 3**

**Metode Pengambilan Data**

| <b>Predikat</b>           | <b>Nilai</b> |
|---------------------------|--------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5            |
| Setuju (S)                | 4            |
| Kurang Setuju (KS)        | 3            |
| Tidak Setuju (TS)         | 2            |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1            |

## G. Metode Analisis Data

Analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena 31 sosial tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di implementasikan. Teknik analisis digunakan untuk menginterpretasikan dan menganalisis data. Sesuai dengan model yang dikembangkan dalam penelitian ini maka alat analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modeling*), yang dioperasikan melalui program AMOS 24.0.

Metode analisis data yang di gunakan oleh adalah SEM (*Structural Equation Modeling*), yang dioperasikan melalui program AMOS 24.0 SEM

adalah gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi yang dapat menjelaskan banyak hubungan antara variabel. Adapun tahap dalam permodelan SEM adalah sebagai berikut:

### 1. Pengembangan Model Berdasarkan Teori

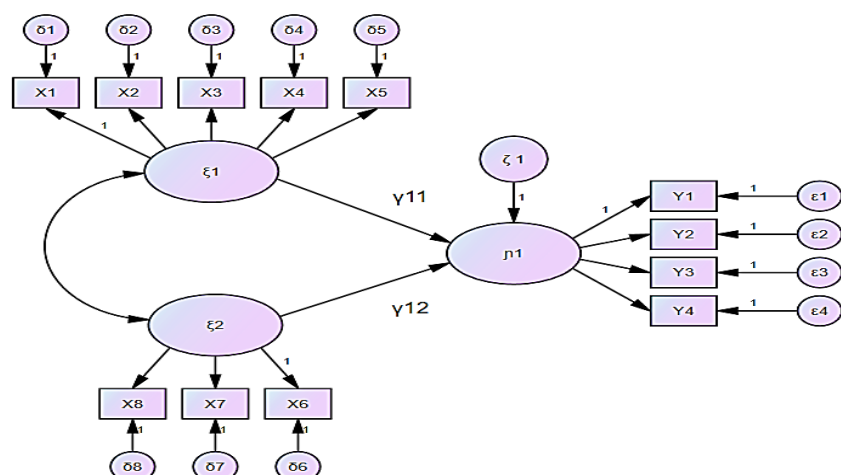
Pengembangan model SEM adalah mencari atau pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi terpenting yang kuat. Model persamaan struktural didasarkan hubungan kausalitas. Dimana perubahan satu variabel di asumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lain.

### 2. Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan structural

#### a. Uji Validitas

Validitas konstruk mengukur sampai seberapa jauh ukuran prediktor mampu merefleksikan konstruk laten teoritisnya. Untuk mengukur validitas konstruk dapat dilihat dari nilai faktor loadingnya yaitu  $> 0,50$  maka prediktor dinyatakan signifikan. Untuk prediktor yang nilai faktor loadingnya  $< 0,50$  harus di buang dari analisis.

Konstruk penelitian yang telah valid dan dikembangkan dalam diagram jalur.



Gambar 2

Model Persamaan Struktural

Sehingga, model diatas dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan berikut

ini :

**Persamaan Struktural :**

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

**Persamaan Pengukuran Variabel Eksogen**

**Kualitas Pelayanan ( $\xi_1$ )**

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

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

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

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

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

**Kepuasan Pelanggan ( $\xi_2$ )**

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

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

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

**Persamaan Pengukuran Variabel Endogen ( $\eta_1$ )**

$$Y_1 = \lambda_{11} \eta_1 + \varepsilon_1$$

$$Y_2 = \lambda_{21} \eta_1 + \varepsilon_2$$

$$Y_3 = \lambda_{31} \eta_1 + \varepsilon_3$$

$$Y_4 = \lambda_{41} \eta_1 + \varepsilon_4$$

### 3. Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan

Model persamaan struktural berbeda dari teknik analisis multivariate lainnya. SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian atau kovarian atau metrik korelasi. Data untuk observasi dapat dimasukkan dalam AMOS, tetapi program AMOS akan merubah dahulu data mentah menjadi matrik kovarian atau matrik korelasi. Analisis terhadap data outline harus dilakukan sebelum matrik kovarian atau korelasi dihitung.

Teknik estimasi dilakukan dengan dua tahap, yaitu Estimasi Measurement Model digunakan untuk menguji undimensionalitas dari konstruk-konstruk eksogen dan endogen dengan menggunakan teknik *Confirmatory Factor Analysis* dan tahap *Estimasi Structural Equation Model* dilakukan melalui full model untuk melihat kesesuaian model dan hubungan kausalitas yang dibangun dalam model ini.

### 4. Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama proses estimasi berlangsung dengan program komputer, sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau meaningless dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi adalah ketidakmampuan proposed model untuk menghasilkan unique estimate. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi :

- a. Adanya nilai standar error yang besar untuk 1 atau lebih koefisien.
- b. Ketidakmampuan program untuk invert information matrix.
- c. Nilai estimasi yang tidak mungkin error variance yang negatif.

- d. Adanya nilai korelasi yang tinggi ( $> 0,90$ ) antar koefisien estimasi.

## 5. Uji Asumsi SEM

### a. Uji Normalitas

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*  $< 2,58$ .

### b. Uji Outlier

Outlier adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik unit yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai melalui jarak *mahalanobis distance* yang kemudian dibandingkan dengan nilai *Chi-Square*. Maka apabila nilai *mahalanobisnya* dibawah nilai *Chi-Square* maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada outlier pada data.

### c. Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model bertujuan untuk melihat apakah hasil estimasi model bersifat baik atau tidak. Kriteria kelayakan model *Goodness of Fit* yang umumnya digunakan adalah:

#### 1) Likelihood Ratio Chi Square statistic ( $\chi^2$ )

Ukuran fundamental dari overall fit adalah likelihood ratio chi square ( $\chi^2$ ). Nilai chi square yang tinggi relatif terhadap degree of freedom menunjukkan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata ini

menghasilkan probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikansi (q). Sebaliknya nilai chi square yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih besar dari tingkat signifikansi (q) dan ini menunjukkan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan.

Dalam hal ini peneliti harus mencari nilai chi square yang tidak signifikan karena mengharapkan bahwa model yang diusulkan cocok atau fit dengan data observasi. Program AMOS 24.0 akan memberikan nilai chi square dengan perintah `\cmin` dan nilai probabilitas dengan perintah `\p` serta besarnya degree of freedom dengan perintah `\df`. Significance Probability: untuk menguji tingkat signifikan model.

## 2) RMSEA

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

## 3) GFI

GFI (*Goodness of Fit Index*), dikembangkan oleh Joreskog & Sorbon, 1984; dalam Ferdinand, 2006 yaitu ukuran non statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (poor fit) sampai 1.0 (perfect fit). Nilai

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

#### 4) AGFI

AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*) merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan *ratio degree of freedom* untuk proposed model dengan *degree of freedom* untuk null model. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau  $> 0.90$ . Program AMOS akan memberikan nilai AGFI dengan perintah \agfi.

#### 5) CMIN / DF

Adalah nilai chi square dibagi dengan *degree of freedom*. Byrne, 1988; dalam Imam Ghozali, 2011, mengusulkan nilai ratio ini  $< 2$  merupakan ukuran Fit. Program AMOS akan memberikan nilai CMIN / DF dengan perintah \cmindf.

#### 6) TLI

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

## 7) CFI

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

**Tabel 4**  
***Comparative fit Index***

| Goodness of Fit Indeks | Cut-off Value |
|------------------------|---------------|
| RMSEA                  | $\leq 0.08$   |
| GFI                    | $\geq 0.90$   |
| CMIN / DF              | $\leq 2.00$   |
| TLI                    | $\geq 0.90$   |
| CFI                    | $\geq 0.90$   |
| AGFI                   | $\geq 0.90$   |

Sumber: SEM dalam Penelitian Manajemen (Ferdinand, 2006)

## 6. Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit*

Sebelum menilai kelayakan dari model struktural adalah menilai apakah data yang akan diolah sudah memenuhi asumsi SEM. Goodness of fit mengukur kesesuaian input observasi dengan prediksi dari model yang diajukan uji goodness of fit bertujuan untuk melihat apakah hasil estimasi model bersifat baik atau tidak hasil pengolahan setelah data outlier didrop

## 7. *Measurement Model Fit*

Setelah keseluruhan model fit dievaluasi, maka langkah berikutnya adalah pengukuran setiap konstruk untuk menilai uji *dimensionalitas* dan

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

Pendekatan untuk menilai measurement model adalah untuk mengukur composite reliability dan variance extracted untuk setiap konstruk. Reliability adalah ukuran internal consistency indikator suatu konstruk. Internal reliability yang tinggi memberikan keyakinan bahwa indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya. Tingkat reliabilitas < 0.70 dapat diterima untuk penelitian yang masih bersifat eksploratori.

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

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

$$\text{Variances Extracted} = \frac{\sum \text{std loading}^2}{\sum \text{std loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

## 8. Interpretasi Model

Penguji terhadap hipotesis yang diajukan dapat dilihat dari nilai koefisien *standardized regresion*. Jika nilai CR lebih besar dari nilai kritisnya untuk tingkat signifikansi 0,05 (nilai kritis = 1,96) dan nilai (p) probabilitas  $\leq 0.05$  maka  $H_a$  diterima (terdapat pengaruh). Akan tetapi jika nilai CR lebih kecil dari nilai kritisnya untuk tingkat signifikansi 0,05 (nilai kritis = 1,96) dan nilai (p) probabilitas  $> 0.05$  maka  $H_a$  ditolak. Jika  $H_a$  ditolak maka  $H_0$  dapat diterima (tidak terdapat pengaruh).

Adapun SEM sendiri yang terdiri dari analisis jalur memiliki beberapa simbol untuk mewakili pengaruh tersebut yaitu :

- 1)  $\xi$  (ksi) : Mewakili variabel laten eksogen.
- 2)  $\eta$  (eta) : Mewakili variabel laten endogen.
- 3)  $\lambda$  (lambda) : Hubungan antara variabel laten eksogen ataupun endogen terhadap indikator-indikatornya.
- 4)  $\beta$  (beta) : Koefisien pengaruh variabel laten endogen terhadap variabel eksogen.
- 5)  $\gamma$  (gama) : Koefisien pengaruh eksogen terhadap variabel eksogen.
- 6)  $\phi$  (phi) : Koefisien pengaruh variabel eksogen terhadap variabel eksogen.
- 7)  $\zeta$  (zeta) : Kesalahan dalam persamaan yaitu antara variabel eksogen dan/atau endogen terhadap variabel endogen.
- 8)  $\varepsilon$  (epsilon) : Kesalahan pengukuran variabel manifest untuk

variabel laten endogen.

9)  $\delta$  (delta) : Kesalahan pengukuran variabel manifest untuk variabel laten eksogen.

Adapun dari simbol-simbol tersebut digunakan untuk menunjukkan pola hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen maupun dengan indikator-indikatornya pada bab-bab selanjutnya.

