

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *authentic experience*, *perceived immersion*, *perceived usefulness*, *perceived playfulness*, dan *visit intention* pada calon wisatawan yang pernah melakukan pariwisata melalui VR.

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah verifikatif. Penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dan menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Penelitian ini melakukan pengujian pengaruh antar variabel berdasarkan identifikasi masalah, serta pengujian teori dengan hipotesis menggunakan perhitungan statistik (Laela, 2024).

Explanatory method digunakan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. *Explanatory method* dapat menjelaskan kedudukan dan pengaruh antar variabel yang diteliti. Penelitian ini menjelaskan hubungan dan pengaruh antar variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat.

Quantitative method digunakan sebagai sifat penelitian. *Quantitative method* adalah penelitian yang memiliki landasan filsafat positivisme. *Quantitative method* digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif. *Quantitative method* bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Survey dapat menggambarkan sikap, perilaku, dan variasi populasi. Survey digunakan

untuk mengumpulkan data dan informasi terkait calon wisatawan yang pernah mencoba pariwisata melalui VR.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah karakteristik, angka, atau kuantitas yang dapat diukur atau dihitung. Operasionalisasi variabel digunakan untuk menentukan indikator dan ukuran dari variabel (Laela, 2024). Operasionalisasi variabel membantu peneliti mengumpulkan data yang relevan untuk variabel. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Authentic Experience (X)</i>	<i>Authentic</i>	VR memberikan pengalaman yang otentik	Interval (<i>bipolar adjective</i>)
Yaitu: pengalaman yang asli, nyata, orisinal, luar biasa, dan unik yang dirasakan oleh seseorang (Gilmore & Pine., 2007)	<i>Genuine</i>	VR memberikan pengalaman yang nyata	
	<i>Exceptional</i>	VR memberikan pengalaman yang luar biasa	
	<i>Unique</i>	VR memberikan pengalaman yang unik	
(Kim et al., 2020)			
<i>Perceived Immersion (Y1)</i>	<i>Engagement</i>	Keinginan menghabiskan waktu dalam VR	Interval (<i>bipolar adjective</i>)
Yaitu: keterlibatan individu dalam lingkungan virtual sepenuhnya (Disztinger et al., 2017)	<i>Engrossment</i>	Kemampuan untuk memahami lingkungan sekitar berkurang saat berwisata dalam VR	
	<i>Total Immersion</i>	Kesadaran sepenuhnya berpindah dari dunia nyata ke dalam dunia VR	
(Dasdemir, 2023)			

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Perceived Usefulness</i> (Y2) Yaitu: sejauh mana seseorang merasa bahwa sistem yang digunakan akan meningkatkan kinerja aktivitasnya (Ashfaq <i>et al.</i> , 2019)	<i>Information completeness</i> <i>Reducing cost</i> <i>Saving energy</i> <i>Saving time</i> <i>Useful information</i>	- VR menyediakan informasi yang lengkap tentang destinasi wisata - VR menghemat biaya untuk memperoleh informasi destinasi wisata - VR mengurangi usaha fisik yang diperlukan untuk mengakses informasi tentang destinasi wisata - VR memberikan informasi tentang destinasi wisata dengan cepat - Informasi yang disajikan VR sangat berguna untuk merencanakan perjalanan wisata	Interval <i>(bipolar adjective)</i>
(Bhat & Darzi, 2020)			
<i>Perceived Playfulness</i> (Y3) Yaitu: persepsi subjektif antara pengguna dan VR, yang bersifat sementara dan tidak terbatas (Liu & Hsu, 2022)	<i>Concentration</i> <i>Enjoyment</i> <i>Curiosity</i>	- Fokus terhadap konten VR - VR menuntun kesenangan - VR menuntun eksplorasi	Interval <i>(bipolar adjective)</i>
(Lin <i>et al.</i> , 2022)			
<i>Visit Intention</i> (Y4) Yaitu: kemungkinan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tertentu dalam jangka waktu tertentu (Ahn <i>et al.</i> , 2013)	<i>Planning to Visit</i> <i>Intend to Visit</i> <i>Willing to Visit</i> <i>Intend to Invest Money</i>	- Berencana mengunjungi tempat yang diamati dalam pariwisata VR - Berniat untuk mengunjungi tempat yang dilihat ketika pariwisata VR dalam waktu dekat - Bersedia untuk mengunjungi tempat yang dilihat dalam pariwisata VR dalam waktu dekat - Bersedia mengeluarkan uang untuk mengunjungi tempat yang diamati dalam pariwisata VR	Interval <i>(bipolar adjective)</i>

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	<i>Intend to Invest Time</i>	Bersedia meluangkan waktu untuk mengunjungi tempat yang diamati dalam pariwisata VR	
(Kim <i>et al.</i> , 2020)			

Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian (2024)

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Data primer secara langsung dikumpulkan dan diperoleh peneliti dari sumbernya. Data diambil melalui objek penelitian dengan responden adalah calon wisatawan yang pernah menggunakan pariwisata VR.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi adalah keseluruhan kasus atau elemen dari mana sampel diambil (Saunders *et al.*, 2019:294). Populasi diartikan sebagai kumpulan subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang menjadi area generalisasi. Populasi penelitian ini adalah calon wisatawan yang pernah mencoba pariwisata VR sebelum melakukan kunjungan ke destinasi wisata. Namun, besaran populasi sulit untuk diketahui secara pasti. Populasi penelitian ini dispesifikan kepada calon wisatawan yang berada di Indonesia dan pernah mencoba pariwisata melalui VR.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih dengan metode tertentu sehingga dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi (Suliyanto, 2018: 177). Jumlah minimal sampel yang ideal untuk survey adalah 200 responden

(Hair *et al.*, 2020). Sampel minimum diperoleh dari lima hingga maksimum sepuluh pengamatan setiap *estimated parameter*. *Estimated parameter* pada penelitian ini adalah sebanyak 50. Dengan demikian, ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 5 x 50 atau 250 responden.

3.2.2.4 Teknik Sampling

Metode sampling adalah metode pengambilan sampel yang mewakili populasi penelitian. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota dalam populasi untuk menjadi sampel. Teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Sampel dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

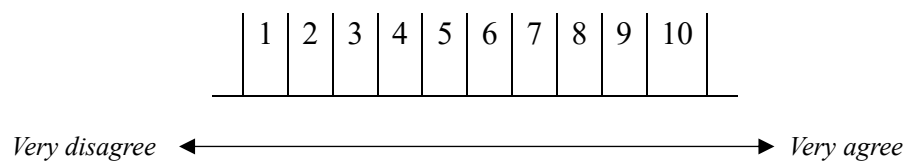
1. Pengguna VR baik *untethered* maupun *tethered* yang berada di Indonesia.
2. Pernah mencoba pariwisata melalui VR, baik destinasi wisata di dalam maupun luar negeri.
3. Berusia 18 tahun ke atas.

3.2.2.5 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) sebagai metode pengumpulan data. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online/daring* dengan memanfaatkan aplikasi *Google Form*. Kuesioner disebarkan secara daring melalui Twitter, Instagram, Telegram, WhatsApp, dan LinkedIn. Penyebaran secara daring ini dilakukan dengan mempertimbangkan

pelaksanaan pengumpulan data yang lebih efisien dalam segi waktu dan biaya, kemudahan akses dan fleksibilitas, keamanan dan kerahasiaan, dan kemudahan dalam pengolahan karena data dicatat secara otomatis.

Pertanyaan yang diberikan kepada responden berbentuk pernyataan tertutup. Skala *bipolar adjective* digunakan untuk mengukur jawaban responden dalam bentuk skala interval. Skala pengukuran berkisar antara 1-10. Skala 1-10 digunakan untuk menghindari jawaban responden yang mengarah pada area tengah (*grey area*).



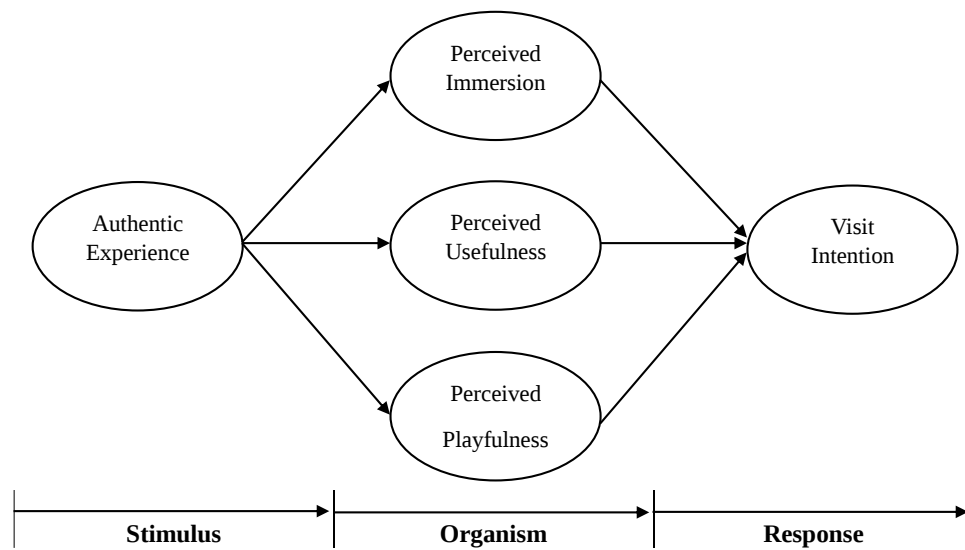
Peringkat pada skala pengukuran adalah:

Skala 1-5 penilaian mengarah pada “*sangat tidak setuju*”

Skala 6-10 penilaian mengarah pada “*sangat setuju*”

3.3 Model Penelitian

Model penelitian berfungsi untuk menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *authentic experience*, *perceived immersion*, *perceived usefulness*, *perceived playfulness*, dan *visit intention*. Model penelitian disajikan pada Gambar 3.1 berikut:



Gambar 3.1
Model Penelitian

Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian (2024)

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan hubungan mediasi. SEM menggabungkan pendekatan analisis faktor, model struktural, dan analisis jalur. Perangkat lunak yang digunakan sebagai alat analisis data adalah AMOS versi 24. Berikut adalah tahapan dalam analisis SEM.

3.4.1 Pengembangan Model Berbasis Teori

Pengembangan model SEM dimulai dengan justifikasi teoritis yang kuat. SEM berfungsi untuk memverifikasi model. Analisis SEM membuktikan hubungan sebab-akibat teoritis dengan melakukan pengujian terhadap data empiris. Variabel dan konstruk penelitian disajikan dalam Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Variabel dan Konstruk Penelitian

No.	<i>Unobserved Variable</i>	<i>Construct</i>
1	<i>Authentic Experience (X)</i>	• VR memberikan pengalaman yang otentik • VR memberikan pengalaman yang nyata • VR memberikan pengalaman yang luar biasa • VR memberikan pengalaman yang unik
2	<i>Perceived Immersion (Y1)</i>	• Keinginan menghabiskan waktu dalam VR • Kemampuan untuk memahami lingkungan sekitar berkurang saat berwisata dalam VR • Kesadaran sepenuhnya berpindah dari dunia nyata ke dalam dunia VR
3	<i>Perceived Usefulness (Y2)</i>	• VR menyediakan informasi yang lengkap tentang destinasi wisata • VR menghemat biaya untuk memperoleh informasi destinasi wisata • VR mengurangi usaha fisik yang diperlukan untuk mengakses informasi tentang destinasi wisata • VR memberikan informasi tentang destinasi wisata dengan cepat • Informasi yang disajikan VR sangat berguna untuk merencanakan perjalanan wisata
4	<i>Perceived Playfulness (Y3)</i>	• Fokus terhadap konten VR • VR menuntun kesenangan • VR menuntun eksplorasi
5	<i>Visit Intention (Y4)</i>	• Berencana mengunjungi tempat yang diamati dalam pariwisata VR • Berniat untuk mengunjungi tempat yang dilihat ketika pariwisata VR dalam waktu dekat • Bersedia untuk mengunjungi tempat yang dilihat dalam pariwisata VR dalam waktu dekat • Bersedia mengeluarkan uang untuk mengunjungi tempat yang diamati

No.	Unobserved Variable	Construct
		dalam pariwisata VR
		• Bersedia meluangkan waktu untuk mengunjungi tempat yang diamati dalam pariwisata VR

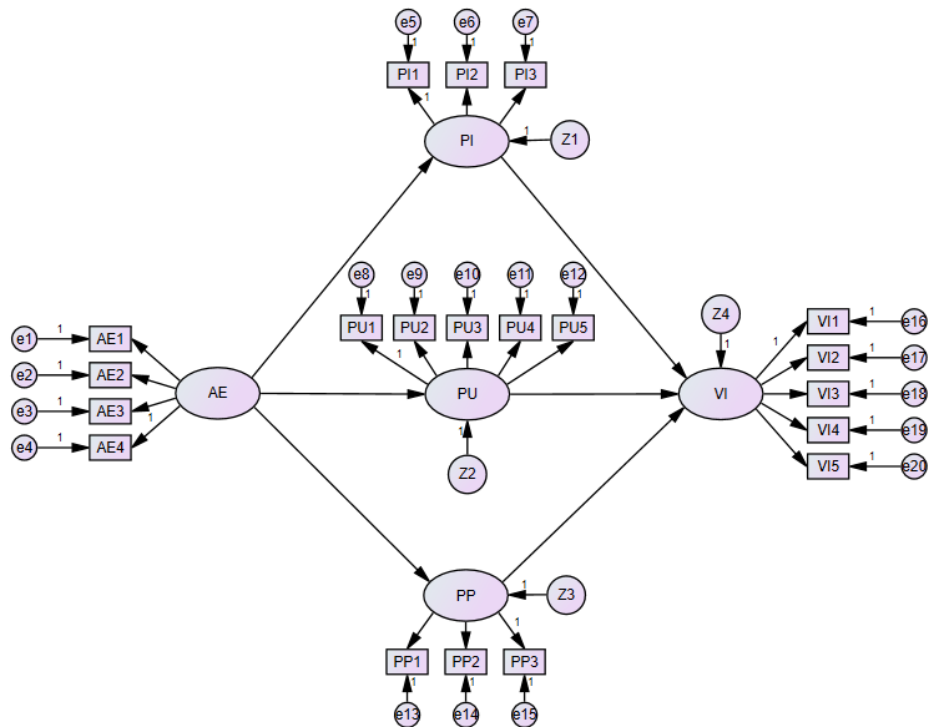
Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian (2024)

3.4.2 Pengembangan *Path Diagram*

Pengembangan *path diagram* membantu mengidentifikasi hubungan kausalitas. Panah garis lurus menunjukkan hubungan kausalitas langsung antar konstruk. Sedangkan garis lengkung pada diagram garis menggambarkan hubungan antara kelompok konstruk.

1. *Exogenous constructs*, variabel penyebab yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Garis dengan panah mengarahkan konstruk eksogen yaitu *authentic experience* (AE).
2. *Endogenous constructs*, faktor prediksi dari konstruk. *Endogenous constructs* dapat mengestimasi satu atau lebih konstruksi endogen lainnya, yang mempengaruhi *perceived immersion* (PI), *perceived usefulness* (PU), *perceived playfulness* (PP), dan *visit intention* (VI).

Path diagram penelitian ini disajikan dalam Gambar 3.2 berikut:



Gambar 3.2

Path Diagram Penelitian

Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian (2024)

3.4.3 Konversi *Path Diagram* ke dalam Persamaan

Spesifikasi model kemudian ditransformasi menjadi persamaan.

Berikut adalah jenis-jenis persamaan:

1. Persamaan struktural (*structural equations*), menunjukkan hubungan kausal antara konstruk dalam model penelitian. Persamaan struktural dinyatakan sebagai Variabel Endogen = Variabel Eksogen + Variabel Endogen + *Error* (1). Penelitian ini mengubah model menjadi persamaan struktural seperti pada Tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3
Model Persamaan Struktural

Persamaan Struktural	
<i>Perceived Immersion</i>	$= \beta \text{ Authentic Experience} + \alpha_1$
<i>Perceived Usefulness</i>	$= \beta \text{ Authentic Experience} + \alpha_2$

$$\begin{aligned} \text{Perceived Playfulness} &= \beta \text{ Authentic Experience} + \alpha_3 \\ \text{Visit Intention} &= \beta \text{ Perceived Immersion} + \beta \text{ Perceived} \\ &\quad \text{Usefulness} + \beta \text{ Perceived Playfulness} + \alpha_4 \end{aligned}$$

Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian (2024)

2. Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*), mendefinisikan variabel yang digunakan untuk mengukur konstruk dan satu set matriks yang menunjukkan hubungan antara konstruk dan variabel. Model pengukuran disajikan dalam Tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.4
Model Pengukuran

Konstruk Exogenous	Konstruk Endogenous
$X_1 = \lambda_1 \text{ Authentic Experience} + \varepsilon_1$	$Y_1 = \lambda_5 \text{ Perceived Immersion} + \varepsilon_5$
$X_2 = \lambda_2 \text{ Authentic Experience} + \varepsilon_2$	$Y_2 = \lambda_6 \text{ Perceived Immersion} + \varepsilon_6$
$X_3 = \lambda_3 \text{ Authentic Experience} + \varepsilon_3$	$Y_3 = \lambda_7 \text{ Perceived Immersion} + \varepsilon_7$
$X_4 = \lambda_4 \text{ Authentic Experience} + \varepsilon_4$	$Y_4 = \lambda_8 \text{ Perceived Usefulness} + \varepsilon_8$
	$Y_5 = \lambda_9 \text{ Perceived Usefulness} + \varepsilon_9$
	$Y_6 = \lambda_{10} \text{ Perceived Usefulness} + \varepsilon_{10}$
	$Y_7 = \lambda_{11} \text{ Perceived Usefulness} + \varepsilon_{11}$
	$Y_8 = \lambda_{12} \text{ Perceived Usefulness} + \varepsilon_{12}$
	$Y_9 = \lambda_{13} \text{ Perceived Playfulness} + \varepsilon_{13}$
	$Y_{10} = \lambda_{14} \text{ Perceived Playfulness} + \varepsilon_{14}$
	$Y_{11} = \lambda_{15} \text{ Perceived Playfulness} + \varepsilon_{15}$
	$Y_{12} = \lambda_{16} \text{ Visit Intention} + \varepsilon_{16}$
	$Y_{13} = \lambda_{17} \text{ Visit Intention} + \varepsilon_{17}$
	$Y_{14} = \lambda_{18} \text{ Visit Intention} + \varepsilon_{18}$
	$Y_{15} = \lambda_{19} \text{ Visit Intention} + \varepsilon_{19}$
	$Y_{16} = \lambda_{20} \text{ Visit Intention} + \varepsilon_{20}$

Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian (2024)

3.4.4 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model

Estimasi data input dalam SEM dapat menggunakan matriks kovarians atau matriks korelasi. Penggunaan matriks kovarians dalam SEM memungkinkan perbandingan yang lebih tepat antara populasi atau sampel, yang tidak dapat dicapai dengan matriks korelasi. Pengujian hipotesis sebaiknya dilakukan dengan matriks kovarians karena lebih sesuai dengan

asumsi metodologis. *Standard error* yang dihasilkan juga akan lebih akurat jika dibandingkan dengan matriks korelasi.

3.4.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

Permasalahan identifikasi muncul akibat ketidakmampuan model dalam menghasilkan variasi estimasi (terkait banyaknya variabel dependen). Setiap estimasi perlu disesuaikan jika terdapat masalah identifikasi.

3.4.6 Evaluasi Asumsi SEM

Berbagai asumsi terkait penggunaan SEM perlu dipenuhi sebagai landasan penggunaannya. Beberapa pengujian asumsi tersebut adalah:

1. Normalitas Data

Pengujian normalitas dilakukan melalui dua langkah, yaitu mengevaluasi normalitas masing-masing variabel (*univariate normality*) dan memeriksa normalitas seluruh variabel (*multivariate normality*). Meskipun setiap variabel dapat mengikuti distribusi normal, hal ini tidak selalu berlaku ketika variabel-variabel tersebut dianalisis secara bersamaan. Jika nilai Z lebih besar dari 2,58 pada tingkat signifikansi 0,01, data dianggap tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018:111).

2. Jumlah Sampel

SEM membutuhkan ukuran sampel yang cukup besar. Menurut Ferdinand (2016), dalam pengujian model SEM disarankan untuk memiliki sampel minimal 200, tergantung pada jumlah parameter yang dikalikan dengan 5-10.

3. *Outliers*

Data dengan karakteristik yang berbeda secara signifikan dapat bervariasi baik dari pengamatan variabel tunggal maupun variabel majemuk. Oleh karena itu, dilakukan analisis outlier untuk univariat dan multivariat. Gejala outlier univariat mungkin muncul jika z-score berada di luar batas ± 3 . Selain itu, evaluasi outlier multivariat juga penting dilakukan, karena data dalam studi tersebut mungkin tidak memperlihatkan adanya outlier univariat (Lejeune *et al.*, 2020).

4. *Multicollinearity* dan *Singularity*

Model SEM dapat mengalami multikolinearitas atau singularitas yang dapat menghambat penyelesaiannya secara empiris. Kriteria pengujian ditentukan oleh nilai determinan dari matriks kovarians sampel. Nilai determinan mendekati 0 mengindikasikan adanya multikolinearitas atau singularitas (Ghozali, 2017:87).

3.4.7 Evaluasi Kinerja *Goodness-of-Fit*

Evaluasi kinerja *goodness-of-fit* digunakan untuk mengevaluasi model penelitian. Berikut adalah indikator kesesuaian dan *cut-off value* yang digunakan untuk penerimaan atau penolakan model penelitian:

1. X^2 *chi square* statistik. Nilai *chi-square* yang rendah menunjukkan bahwa model SEM baik. Berdasarkan $p > 0,10$, semakin rendah nilai X^2 , semakin baik model penelitian.
2. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*). RMSEA mewakili *goodness of fit* yang diperkirakan dari populasi model. Nilai

RMSEA ≤ 0.08 merupakan indeks penerimaan model yang menunjukkan *close fit* berdasar pada *degree of freedom*.

3. GFI (*Goodness of Fit Index*). Ukuran non-statistik berkisar dari 0 (*poor fit*) hingga 1,0 (*perfect fit*). *Better fit* ditunjukkan oleh nilai indeks tinggi.
4. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*). AGFI memiliki tingkat penerimaan yang disarankan adalah $\geq 0,90$.
5. CMIN/DF adalah *the minimum sample discrepancy function* (X^2) dibagi dengan *degree of freedom* (df). CMIN/DF adalah X^2 relatif. Nilai X^2 relatif di bawah 2,0 atau 3,0 menunjukkan kecocokan model dengan data yang baik.
6. *Tucker Lewis Index* (TLI). *Incremental fit index* dari TLI diperoleh dengan cara membandingkan model yang diuji dengan *baseline model*. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit model*.
7. CFI (*Comparative Fit Index*). CFI mendekati 1 menunjukkan tingkat fit yang paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan adalah $\geq 0,95$.

Tabel 3.5
Indeks Pengujian Kelayakan Model

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>
χ^2 – Chi-square	Diharapkan Kecil
<i>Significance Probability</i>	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber: Ferdinand (2016)

3.4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan dapat menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya. Berikut penjelasan uji validitas dan reliabilitas:

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan data yang dikumpulkan pada objek penelitian dengan data peneliti laporkan. *Loading factor* dari *standardized loading* memberikan hasil pengujian validitas. *Loading factor* sebesar $>0,40$ dapat digunakan untuk membangun variabel (Cheung *et al.*, 2024).

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas memastikan bahwa temuan akan menghasilkan hasil yang konsisten ketika diukur berulang kali pada objek yang sama. Perhitungan reliabilitas konstruk dan varians ekstrak adalah sebagai berikut:

$$Construct\ reliability = \frac{(\sum std.Loading)^2}{(\sum std.Loading)^2 + \sum \epsilon.j}$$

Tingkat keandalan adalah 0,7 (Ghozali, 2021:68). Pengujian varian ekstrak menunjukkan jumlah varian indikator dari konstruk laten yang diekstraksi. Nilai varians ekstrak disarankan mencapai tingkat minimal 0,50 (Ghozali, 2021:68) dan dapat dihitung dengan cara berikut:

$$Variance\ extracted = \frac{\sum std.Loading^2}{\sum std.Loading^2 + \sum \epsilon.j}$$

3.4.9 Evaluasi atas *Regression Weight* Sebagai Pengujian Hipotesis

Nilai *Critical Ratio* (C.R) pada model digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Uji-t pada SEM memiliki kesamaan dengan analisis regresi. Kriteria uji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Terima H_0 apabila $C.R \leq \text{Cut off Value (t-tabel)}$

Tolak H_0 apabila $C.R \geq \text{Cut off Value (t-tabel)}$

Nilai probabilitas untuk setiap *regression weight* dapat digunakan untuk menguji hipotesis. Nilai probabilitas dalam analisis regresi sama dengan nilai signifikansi dari statistik uji, yang kemudian akan dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan. Ambang batas signifikansi penelitian ini adalah $\alpha = 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis penelitian dapat diterima jika p lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, dan berlaku sebaliknya (Saunders *et al.*, 2019:191).

3.4.10 Pengujian Mediasi

Pengujian mediasi dilakukan untuk menyelidiki fungsi mediator dalam kerangka penelitian. Pengujian mediasi dalam penelitian ini menggunakan efek mediasi paralel dengan menggunakan pendekatan *bootstrap* (Kusnendi & Ciptagustia, 2023). Pengujian mediasi muncul pada software AMOS dalam bagian *user defined estimand*. *User defined estimand* adalah kemampuan AMOS untuk menampilkan statistik yang tidak ditampilkan secara otomatis oleh AMOS. *P-value* dari pengujian *Parallel Indirect Effect* (PIE) *user defined estimands* kemudian dibandingkan dengan *P-value* $< 0,05$.

3.4.11 Interpretasi dan Modifikasi Model

Model harus diinterpretasikan dan dilakukan modifikasi jika tidak memenuhi syarat pengujian. Namun, modifikasi hanya dapat dilakukan jika memiliki justifikasi teoritis yang kuat karena SEM bertujuan untuk menguji model bukan menghasilkan model. Oleh karena itu, nilai residual yang dihasilkan harus diamati untuk memberikan interpretasi model dapat diterima atau perlu modifikasi. Jika jumlah residual mencapai atau melebihi 2.58, maka dianggap signifikan secara statistik pada tingkat 5%, sehingga modifikasi model perlu dipertimbangkan (Supriyadi, 2014:173).