

ABSTRAK

ANALISIS MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL DENGAN *FINITE MIXTURE PARTIAL LEAST SQUARE* PADA DATA PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG TERHADAP SHOPEE

OLEH

SITI NURSHOLEKHAH

Structur Equation Modelling (SEM) adalah teknik analisis statistik yang dikembangkan guna menutupi keterbatasan yang sering terjadi dalam penelitian di bidang ilmu sosial dan perilaku. Namun, terkadang pada kasus tertentu terdapat dugaan heterogenitas pada saat pengumpulan data. Hal ini dapat diatasi dengan melakukan pendekatan *Finite Mixture Partial Least Square*. Pada penelitian ini menggunakan 13 indikator yang terdiri dari 7 indikator untuk mengukur kualitas pelayanan, 3 indikator untuk mengukur kepercayaan dan 3 indikator untuk mengukur loyalitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa Universitas Lampung terhadap Shopee dan mengelompokannya menggunakan metode FIMIX-PLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *R-Square* (R^2) pada model ini sebesar 0,677 yang berarti variabel laten loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan sebesar 67,7% sedangkan 32,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Segmentasi terbaik yang dilakukan berdasarkan nilai AIC, BIC, CAIC, dan EN adalah $k=3$ dengan $EN=0,633$. Hal ini berarti terdapat tiga kelompok (*segmen*) yang dibentuk supaya diperoleh model yang fit dan kesimpulan yang valid. Pada *segmen* pertama, terdiri dari 67 sampel, *segmen* kedua terdiri dari 24 sampel dan *segmen* terakhir terdiri dari 9 sampel.

Kata kunci: SEM, FIMIX-PLS, Loyalitas

ABSTRACT

STRUCTURAL EQUATION MODEL ANALYSIS WITH FINITE MIXTURE PARTIAL LEAST SQUARE IN LAMPUNG UNIVERSITY STUDENT PERCEPTION DATA AGAINST SHOPEE

BY

SITI NURSHOLEKHAH

Structural Equation Modeling (SEM) is a statistical analysis technique developed to cover limitations that often occur in research in the social and behavioral sciences. However, sometimes in certain cases there is a suspicion of heterogeneity at the time of data collection. This can be overcome by using the Finite Mixture Partial Least Square approach. This study uses 13 indicators consisting of 7 indicators to measure service quality, 3 indicators to measure trust and 3 indicators to measure loyalty. The purpose of this study was to determine the perception of Lampung University students towards Shopee and group them using the FIMIX-PLS method.

The results of this study indicate that the value of R-Square (R^2) in this model is 0.677, which means that the latent variable of loyalty can be explained by the service quality and trust variables of 67,7%, while 32,3% is explained by other variables outside the study. The best segmentation based on AIC, BIC, CAIC, and EN values is $k = 3$ with $EN = 0.633$. This means that there are three groups (segments) that are formed in order to obtain a fit model and valid conclusions. The first segment consists of 67 samples, the second segment consists of 24 samples and the last segment consists of 9 samples.

Key: SEM, FIMIX-PLS, Loyalty