

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian dengan studi kasus. Studi kasus merupakan penyelidikan rinci ke dalam pengaturan, topik, atau gudang dokumen maupun peristiwa tertentu. Studi kasus merupakan pendekatan yang berfokus pada suatu kasus secara detail. Studi kasus didefinisikan metode penelitian yang lebih deskriptif yang menekankan pada karakteristik, di mana peneliti berusaha mengkaji suatu unit maupun perseorangan secara mendalam. Peneliti mencoba untuk menemukan semua variabel yang penting.¹

Pendekatan di penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif disebut sebagai pendekatan tradisional. Hal ini karena pendekatan ini telah digunakan sejak lama dengan memiliki tradisi sebagai metode penelitian. Penelitian pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang bekerja menggunakan angka yang disajikan dalam bentuk numerik dengan data yang dianalisis secara statistik untuk menjawab berbagai pertanyaan penelitian atau hipotesis dan untuk memprediksi bagaimana variabel tertentu akan mempengaruhi yang lain.

B. Setting Penelitian

Penelitian ini mengambil responden semua umur yang menjalankan usaha dibidang fashion yang masuk dalam kategori UMKM dan berada diwilayah Kabupaten Jepara. Metode pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui google form pada responden. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Juni-Juli 2022.

C. Variabel dan Definisi Operasional

Definisi Operasional (DO) suatu variabel merupakan batas variabel yang diteliti dan metode pengukurannya. Pengertian kerja definisi operasional suatu variabel yang dipakai sebagai alat ukur, hasil pengukuran, serta skala pengukuran yang digunakan (nilai nominal, ordinal, interval, rasio). Definisi operasional dibuat memudahkan serta menjaga konsistensi pengumpulan data,

¹ Dhian Tyas. *Metodologi Penelitian: Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. Banyumas : Cv. Pena Persada ,2018, 22.

menghindari interpretasi ganda, dan membatasi ruang lingkup pada variabel.²

1. Variabel Penelitian

Variabel yang akan diteliti adalah:

a. Variabel Eksogen (X)

Variabel eksogen atau sering juga dikenal dengan variabel independen, adalah variabel yang tidak terikat dengan variabel lain.³ Terdapat empat variabel eksogen pada penelitian ini yaitu orientasi kewirausahaan disebut variabel X_1 , orientasi pasar disebut variabel X_2 , kemampuan pemasaran disebut variabel X_3 , dan kelincihan inovasi jaringan disebut variabel X_4 .

b. Variabel Endogen (Y)

Variabel endogen adalah variabel yang terikat dengan variabel lainnya, yakni variabel yang terpengaruh dari adanya variabel bebas.⁴ Variabel endogen pada penelitian ini adalah Kinerja Bisnis yang disebut variabel Y.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional untuk penelitian ini adalah:

a. Kinerja bisnis (variabel Y)

Kinerja bisnis meliputi perencanaan kinerja, pemantauan, evaluasi kinerja dan tindak lanjut dalam bentuk penghargaan atau hukuman. Kinerja bisnis adalah semua yang diinginkan konsumen dari suatu produk atau layanan dan memaksimalkan hasil kualitas yang diterima konsumen.⁵ Pengukuran kinerja bisnis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah divalidasi dan digunakan oleh Mulyana dan Hendar berjumlah 4 pertanyaan.⁶ Kinerja bisnis pada penelitian ini Menurut peneliti sebelumnya yang

² Dhian Tyas. *Metodologi Penelitian: Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. Banyumas : Cv. Pena Persada ,2018, 24.

³ Dhian Tyas. *Metodologi Penelitian: Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. Banyumas : Cv. Pena Persada ,2018, 32.

⁴ Dhian Tyas. *Metodologi Penelitian: Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. Banyumas : Cv. Pena Persada ,2018, 32.

⁵ Fadli Sandewa “, Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai Di Kabupaten Banggai Kepulauan.”, *Jurnal Ilmiah Clean Government*, Vol. 1, No. 2, Juni 2018, 3.

⁶ Mulyana & Hendar ,” Market And Entrepreneurial Orientation On Business Performance: Role Of Networks Innovation “, *Journal Of Small Business & Entrepreneurship* Tahun 2020 . <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1855025>

dilaksanakan oleh Mulyana dan Hendar⁷ dijabarkan dalam 4 Indikator yang dikembangkan menjadi 4 pertanyaan dimana tiap butirnya diukur dengan skala likert berdasarkan jawaban responden dimana skor Sangat Setuju adalah 5, skor Setuju 4, skor Netral 3, skor Tidak Setuju 2, dan skor Sangat Tidak Setuju 1.

b. Orientasi Kewirausahaan (Variabel X1)

Orientasi Kewirausahaan merupakan Kemampuan pimpinan Perusahaan dalam mempengaruhi sikap untuk memperhatikan pasar, merespon kebutuhan pasar, sering berubah yang membutuhkan desain produk baru menyesuaikan perubahan kebutuhan atau keinginan konsumen, dan menciptakan keunggulan bersaing perusahaan.⁸ Pengukuran orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah divalidasi dan digunakan oleh Mulyana dan Hendar berjumlah 6 pertanyaan⁹. Orientasi Kewirausahaan (Variabel X1) dalam penelitian ini Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mulyana dan Hendar¹⁰ dijabarkan dalam 6 Indikator yang dikembangkan menjadi 6 pertanyaan dimana tiap butirnya diukur dengan skala likert berdasarkan jawaban responden dimana skor Sangat Setuju adalah 5, skor Setuju 4, skor Netral 3, skor Tidak Setuju 2, dan skor Sangat Tidak Setuju 1.

c. Orientasi Pasar (Variabel X2)

Orientasi pasar merupakan proses serta kegiatan yang berhubungan untuk mewujudkan serta kepuasan pelanggan dengan terus melihat kebutuhan dan keinginan pelanggan.¹¹ Pengukuran orientasi pasar dalam penelitian

⁷ Mulyana & Hendar, "Market And Entrepreneurial Orientation On Business Performance: Role Of Networks Innovation", *Journal Of Small Business & Entrepreneurship* Tahun 2020. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1855025>

⁸ Gogi Kurniawan. *Kewirausahaan Di Era Industri 4.0*. Banyumas: Sasanti Institute. 2019, 21.

⁹ Mulyana & Hendar, "Market And Entrepreneurial Orientation On Business Performance: Role Of Networks Innovation", *Journal Of Small Business & Entrepreneurship* Tahun 2020. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1855025>.

¹⁰ Mulyana & Hendar, "Market And Entrepreneurial Orientation On Business Performance: Role Of Networks Innovation", *Journal Of Small Business & Entrepreneurship* Tahun 2020. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1855025>.

¹¹ Yahya Reka Wirawan, "Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pemasaran Umkm Batik Di Kabupaten Jombang", *Equilibrium*, Volume 5, Nomor 1, Ikip PGRI Madiun (2017), 60.

ini menggunakan kuesioner yang telah divalidasi dan digunakan oleh Mulyana dan Hendar berjumlah 7 pertanyaan.¹² Orientasi Pasar (Variabel X2) dalam penelitian ini Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mulyana dan Hendar dijabarkan dalam 7 Indikator yang dikembangkan menjadi 7 pertanyaan dimana tiap butirnya diukur dengan skala likert berdasarkan jawaban responden dimana skor Sangat Setuju adalah 5, skor Setuju 4, skor Netral 3, skor Tidak Setuju 2, dan skor Sangat Tidak Setuju 1.

d. Kemampuan Pemasaran (Variabel X3)

Kemampuan Pemasaran adalah Kemampuan perusahaan Memperoleh dan mempertahankan pelanggan seumur hidup atau menjadi pelanggan setia. Keberhasilan atau kegagalan pencapaian tujuan bisnis tersebut tergantung pada keahlian manajer dalam berbagai fungsi seperti pemasaran, manufaktur, keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan bidang lainnya.¹³ Kemampuan Pemasaran (Variabel X3) pada penelitian ini menurut peneliti sebelumnya yang dilakukan dari purnama serta wijaya¹⁴ dijabarkan dalam 3 Indikator yang dikembangkan menjadi 3 pertanyaan dimana tiap butirnya diukur dengan skala likert berdasarkan jawaban responden dimana skor Sangat Setuju adalah 5, skor Setuju 4, skor Netral 3, skor Tidak Setuju 2, dan skor Sangat Tidak Setuju 1.

e. Kelincahan Inovasi Jaringan (Variabel X4)

Inovasi jaringan adalah sarana untuk memperoleh pengetahuan baru yang efisien dari mitra bisnis, sedangkan kelincahan sangat erat terkait dengan respon cepat, kompetisi berbasis waktu, kemampuan manuver yang fleksibel dan kecepatan respon yang tidak direncanakan untuk menghasilkan produk secara ekonomis. kelincahan adalah kemampuan perusahaan untuk merespon secepat mungkin perubahan lingkungan, dan kelincahan akan

¹² Mulyana & Hendar, "Market And Entrepreneurial Orientation On Business Performance: Role Of Networks Innovation", *Journal Of Small Business & Entrepreneurship* Tahun 2020. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1855025>.

¹³ Budi Rahayu, dkk. *Manajemen Pemasaran*. Bali : Universitas Udayana .2017, 16.

¹⁴ Sindy & Andreas, "Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Kemampuan Pemasaran, Terhadap Bisnis Umkm Clothing Line", *Jurnal Business Management Journal* Vol.16 (No. 1) : 53 - 64. Th. 2020, 57.

tercipta jika ada kreativitas.¹⁵ Pengukuran Kelincahan Inovasi Jaringan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah divalidasi dan digunakan oleh Mulyana dan Hendar berjumlah 5 pertanyaan.¹⁶ Kelincahan Inovasi Jaringan (Variabel X4) pada penelitian Menurut peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Mulyana dan Hendar¹⁷ dijabarkan dalam 5 Indikator yang dikembangkan menjadi 5 pertanyaan dimana tiap butirnya diukur dengan skala likert berdasarkan jawaban responden dimana skor Sangat Setuju adalah 5, skor Setuju 4, skor Netral 3, skor Tidak Setuju 2, dan skor Sangat Tidak Setuju 1.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan semua karakteristik oleh sebuah objek dengan karakteristik tertentu yang diteliti. Jika seseorang ingin meneliti secara keseluruhan, maka menggunakan penelitian populasi.¹⁸ Populasi pada penelitian ini adalah pelaku UMKM fashion yang berlokasi di Kabupaten Jepara.

2. Sampel

Sampel dapat menjadi bagian dari seperangkat perwujudan populasi, maupun bagian kecil pada anggota populasi berdasarkan pola atau prosedur tertentu yang dapat mewakili populasi.¹⁹ Pengambilan datanya, penelitian ini memakai Teknik pengambilan sampel *accidental sampling* karena peneliti menyebarkan angket atau kuesioner kepada setiap pelaku UMKM Fashion di Kabupaten Jepara.

Karakteristik sampel pada penelitian ini yaitu UMKM yang ada di Kabupaten Jepara yang bergerak dibidang fashion. karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel

¹⁵ Mulyana & Hendar, "Market And Entrepreneurial Orientation On Business Performance: Role Of Networks Innovation", *Journal Of Small Business & Entrepreneurship* Tahun 2020. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1855025>.

¹⁶ Mulyana & Hendar, "Market And Entrepreneurial Orientation On Business Performance: Role Of Networks Innovation", *Journal Of Small Business & Entrepreneurship* Tahun 2020. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1855025>.

¹⁷ Mulyana & Hendar, "Market And Entrepreneurial Orientation On Business Performance: Role Of Networks Innovation", *Journal Of Small Business & Entrepreneurship* Tahun 2020. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1855025>.

¹⁸ Dhian Tyas. *Metodologi Penelitian: Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. Banyumas : Cv. Pena Persada, 2018, 35.

¹⁹ Dhian Tyas. *Metodologi Penelitian: Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. Banyumas : Cv. Pena Persada, 2018, 44.

menggunakan rumus Ferdinand menyatakan jika menentukan jumlah sampel paling sedikit 5-10 dikalikan dengan jumlah dimensi variabel.²⁰ Sehingga dalam penelitian ini menggunakan 5x27 dimensi yaitu hasilnya 135 sampel.

Ukuran sampel minimal berdasarkan Hair dkk bahwa ukuran sampel (data observasi) yang sesuai ialah antara 100-200 sebab memakai teknik perkiraan *Maximum Likelihood Estimation* (MLE).²¹ Responden yang menjadi sampel pada penelitian ini berjumlah 135, yang berarti asumsi untuk sampel telah terwujud dimana sampel dalam SEM minimum yaitu diperlukan 100 sampel. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini memakai *accidental sampling* menggunakan teknik penarikan sampel secara kebetulan. Peneliti dapat memilih orang atau responden terdekatnya atau yang pertama kali dijumpainya.²² Oleh karena itu penulis akan mengambil sampel berdasarkan kebetulan dengan pelaku UMKM Fashion di Kabupaten Jepara.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dipenelitian ini yaitu kuantitatif yang merupakan data dalam bentuk angka yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini ialah data primer yang didapat langsung yang diperoleh dari sumber pertama baik individu atau perorangan berupa kuisisioner yang disebarakan.

Data primer didapat langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang menggunakan dengan teknik memberikan beberapa pernyataan tertulis pada responden untuk dijawab.

F. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Kuesioner adalah daftar dengan serangkaian pertanyaan tentang sesuatu bertujuan memperoleh informasi penting responden.

²⁰ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Dkk. *Metode Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Lumajang : Widya Gama Press, 2021, 34.

²¹ Joseph F Hair,.,Dkk. 2017. *A Primer on Partial Least Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. 2e Edition USA: Sage.

²² Agustina Lira. *Pengantar Metode Penelitian Manajemen*. Surabaya : CV.Jakad Media Publishing, 2020, 54.

Kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan data dengan menggunakan wawancara atau angket. Tujuan utama dari kuesioner adalah untuk²³:

1. Memperoleh informasi tentang tujuan *survey*.
2. Memperoleh informasi yang andal dan *relevan*.

Keterbatasan pertanyaan kita tidak boleh lupa bahwa yang dapat diajukan dalam kuesioner berkaitan langsung dengan hipotesis serta tujuan penelitian. Data kuesioner terkumpul dilakukan analisis data *Skala Likert*. *Skala Likert* berkaitan tentang pernyataan dengan sikap seseorang setuju atau tidaknya dalam memilih rangkaian pertanyaan yang diajukan dalam suatu objek. Pengukuran yang dilakukan oleh *Skala Likert* adalah dimensi-dimensi dari penjabaran pada tiap variabel yang akan disusun sebagai pertanyaan. Berikut tabel *Skala Likert* yang dipakai:

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert

Kategori	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Dhian Tyas Untari. (2018)

G. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul berupa angket tanggapan dari responden menganalisis menggunakan teknik analisis statistik. Metode analisis data adalah metode dimana hasil penyelidikan diolah untuk menarik suatu kesimpulan. Mengingat kerangka teori, maka teknik analisis data yang dipergunakan pada penelitian menggunakan analisis kuantitatif dengan contoh SEM (*Structural Equation Modeling*) maupun pemodelan persamaan struktural menggunakan program AMOS 24. SEM adalah seperangkat teknik statistik yang digunakan untuk menguji sejumlah hubungan yang relatif kompleks pada waktu yang bersamaan.²⁴

Metode SEM memiliki daya prediksi yang lebih besar dari pada analisis jalur serta regresi berganda karena SEM dapat

²³ Dhian Tyas. *Metodologi Penelitian: Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. Banyumas : Cv. Pena Persada ,2018, 54.

²⁴ Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019, 1.

menganalisis variabel atau konstruk yang diteliti pada level terdalam. Metode SEM lebih cocok untuk menggambarkan fenomena penelitian, sebaliknya analisis jalur dan regresi berganda hanya dapat mencapai level variabel laten, tetapi terbatas pada analisis dan fenomena empiris yang terjadi pada level variabel laten atau indikator.²⁵

Metode analisis data dalam penelitian ini secara komprehensif sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji Validitas dipakai mengukur valid atau tidak valid sebuah kuesioner. digunakan mengukur validitas kuesioner untuk diberikan pada responden menggunakan *Confirmation Factor Analysis* (CFA) maupun analisis faktor konfirmatori. Uji validitas dilakukan menggunakan analisis faktor konfirmatori untuk menguji dimensi yang menyusun setiap variabel. Suatu dimensi dapat divalidasi jika indikator yang dipakai bisa mengukur konstruk tertentu jika *critical ratio* (CR) dari *regression weight* mempunyai nilai lebih tinggi dari 1,96 untuk p kurang 0,05.²⁶

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dibuat mengukur seberapa jauh suatu kuesioner, artinya indikator yang berasal dari variabel yang bisa dianggap serta diandalkan. Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat 2 cara, yaitu nilai *construct reliability* serta *variance extracted*.

Berikut rumus *construct reliability* dan *variance extracted*²⁷ :

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

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{Std. Loading}^2}{\sum \text{std. loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

²⁵ Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019, 2.

²⁶ Junaidi. *Aplikasi Amos dan structural Equalition Model (SEM)*. Makasar : UPT Unhas Press Kampus Unhas Tamalanrea 2021, 89-90.

²⁷ Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019, 64.

Instrumen penelitian dianggap reliabel Bila batas reliabilitas yang bisa diterima ialah *construct reliability* $> 0,7$ Meskipun reliabilitasnya masih dapat diterima sebesar $0,6 - 0,7$.²⁸

3. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis menggunakan SEM dengan melakukan 7 langkah sebagai berikut²⁹:

a. Pengembangan Model Teoritis

Mengembangkan model teoritis adalah dengan melakukan serangkaian kajian ilmiah melalui kajian pustaka untuk memberikan landasan bagi pengembangan model teoritis. Dengan istilah lain, SEM tidak bisa dipergunakan tanpa landasan yang kokoh sebab tidak dipergunakan untuk membentuk model, melainkan dibuat memvalidasi model teoritis menggunakan data empiris.

b. Pengembangan *path diagram*

Langkah kedua ini menjelaskan model teoritis yang dibuat pada langkah pertama sebagai diagram jalur, sehingga memudahkan untuk memvisualisasikan hubungan sebab akibat yang ingin Anda uji. Ada dua hal yang perlu anda lakukan dalam diagram jalur untuk membuat model struktural yaitu menghubungkan struktur konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel dimensi.

c. Ubah *path diagram* menjadi persamaan

Model persamaan dikembangkan serta ditunjukkan pada diagram jalur, Langkah selanjutnya ialah mentransformasikan fitur model menjadi sekumpulan persamaan. Persamaan *path diagram* yang diubah terdiri dari :

- 1) Rumus spesifikasi model pengukuran (*measurement model*)

Komponen ukuran mendeskripsikan variabel laten, serta struktur komponen yang mengevaluasi hipotesis perihal korelasi karena dampak antara variabel laten pada model kausal serta mewakili pengujian seluruh hipotesis pada model keseluruhan.

- 2) *Structural equation* (persamaan struktural)

Structural Equation atau Persamaan struktural yaitu setiap variabel terikat (endogen = Y) secara unik kondisinya dipengaruhi oleh seperangkat variabel bebas

²⁸ Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019, 66.

²⁹ Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019, 106.

(exogen = X) yang dirumuskan untuk menyatakan keterkaitan kausalitas antara berbagai konstruk dengan rumus sebagai berikut³⁰:

$$Y = \beta_{yx_1}X_1 + \beta_{yx_2}X_2 + \beta_{yx_3}X_3 + \beta_{yx_4}X_4 + \varepsilon_1$$

Berikut model persamaan strukturalnya:

$$\begin{aligned} \text{Kinerja Bisnis} = & \alpha_1 \text{ Orientasi Kewirausahaan} + \alpha_2 \\ & \text{Orientasi Pasar} + \alpha_3 \text{ Kemampuan} \\ & \text{pemasaran} + \alpha_4 \text{ Kelincahan Inovasi} \\ & \text{Jaringan} + \varepsilon_1 \end{aligned}$$

d. Pemilihan Matriks Input dan Estimasi Model

SEM cuma menentukan data input, menetapkan matriks varians atau kovarians maupun korelasi pada estimasi seluruhnya. Matriks kovarians dipakai sebab SEM mempunyai kelebihan yaitu dapat memberikan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda bisa dijelaskan dari korelasi. Saat menguji teori dengan memakai matriks varians atau kovarians yang memenuhi persyaratan metodologis bahwa kesalahan *standar error* yang dilaporkan mewakili angka yang lebih akurat dari pada menggunakan matriks korelasi.

Varians mengukur penyimpangan data dari mean sampel, sehingga menjadi variabel matriks. Setiap variabel memiliki varians positif. Jika variansnya nol, maka dikatakan konstan. Kovarians menunjukkan hubungan linier antara variabel X dan variabel Y seandainya variabel mempunyai hubungan linier positif maka kovariansnya positif, sebaliknya kovarians negatif jika kedua variabel tidak memiliki hubungan.³¹

e. Kemungkinan munculnya masalah identifikasi

Masalah identifikasi terutama terkait dengan kelemahan model yang dikembangkan menghasilkan prediksi yang unik. Karena setiap prediksi menghadapi masalah identifikasi, perlu untuk memodifikasi model dengan menghasilkan lebih banyak variabel. Untuk itu terlebih dahulu

³⁰ Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019. 77.

³¹ Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019, 59.

perlu dilakukan evaluasi apakah data yang digunakan memenuhi persyaratan SEM yaitu³²:

- 1) Kesalahan standar besar.
- 2) Ketidakmampuan untuk membalikkan program matriks informasi.
- 3) Perkiraan yang tidak mungkin adalah varian kesalahan negatif.
- 4) Ada korelasi yang tinggi ($> 0,9$) antara koefisien yang diestimasi.

f. Evaluasi kriteria *Goodness of Fit*

Asumsi jika sudah terpenuhi, maka model dapat diuji dengan menggunakan berbagai metode. Analisis SEM tidak mempunyai alat uji statistik tunggal dibuat mengukur maupun uji hipotesis tentang suatu model. Berikut adalah indeks kesesuaian yang diterima atau ditolak³³:

- 1) *Chi Square Statistic*, dimana contoh dianggap baik maupun memuaskan bila nilai chi-kuadratnya rendah. Semakin kecil nilai X^2 , semakin baik model serta berdasarkan *probabilitas* dinilai menggunakan nilai *cut off value* $p > 0,05$ atau $p > 0,10$.
- 2) RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*) memperllihatkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan dalam mengestimasi model untuk populasi. Nilai RMSEA, yang kurang atau sama 0,08 ialah indeks model yang dapat diterima dalam kesepakatan model sesuai *degree of freedom*.
- 3) GFI (*Goodness of Fit Index*) merupakan indeks dan bukan ukuran statistik yang mempunyai rentang nilai berasal 0 (*poor fit*) hingga 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi pada indeks ini menunjukkan kecocokan yang lebih baik.
- 4) AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), dimana tingkat penerimaan yang disarankan yaitu saat AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih tinggi 0,90.
- 5) CMIN/DF merupakan fungsi ketidaksesuaian sampel minimum dibagi menggunakan *degree of freedom*. CMIN/DF tidak lebih dari *statistic square*, X^2 dibagi dengan DF berarti X^2 relatif. Pada saat nilai X^2 cukup

³² Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019, 59.

³³ Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019, 59.

kurang dari 2.0 atau 3.0 merupakan pertanda persetujuan yang bisa diterima antara model dan data.

- 6) TLI (*Tucker Lewis Index*) adalah *incremental index* yang mengupamakan model yang diuji memakai model *baseline*, dengan penilaian yang disarankan menjadi patokan yang diperlukan untuk penerimaan suatu model yaitu > 0.95 serta penilaian yang mendekati 1 menunjukkan kesesuaian yang sangat baik.
- 7) CFI (*Comparative Fit Index*) yang Jika mendekati 1, memberikan kecocokan tertinggi. Nilai yang direkomendasikan yaitu $CFI > 0,95$.

Indeks yang digunakan untuk menguji layak suatu model adalah menjadi berikut:

Tabel 3. 2 Goodness of Fit Index

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>
Chi – Square	Diharapkan Kecil
Significance Probability	$\geq 0,05$
RMSEA	$\geq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Siswoyo Haryono (2019)

g. Interpretasi dan memodifikasi model

Model dianalisis pada tahap ini di interprestasikan dan dimodifikasi untuk model yang tidak memenuhi persyaratan pengujian. Batas aman untuk jumlah residu yang dihasilkan oleh model harus perlu dipertimbangkan. Nilai residu yang lebih besar dari atau sama dengan 1,96 diinterpretasi sebagai signifikan dengan statistik ditingkat 5%.³⁴

³⁴ Siswoyo Haryono. *Structural Equation Modeling Untuk Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi : Pt. Intermedia Personalia Utama 2019, 66.