



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. XYZ *Superfeed* dibangun pada tahun 1996 dan diresmikan pada tanggal 13 Oktober 1997 berlokasikan di Serang, Banten. PT. XYZ telah berhasil mendapatkan kepercayaan yang cukup besar untuk memperluas bisnis pelanggannya di beberapa daerah seperti Jombang, Kalimantan, Jabodetabek, Sumatera, dan Jawa Barat. PT. XYZ *Superfeed* merupakan industri pakan ternak yang memproduksi pakan ternak Broiler (ayam pedaging), Layer (ayam petelur), konsentrat (ayam petelur), dan Breeder (ayam pembibitan). PT. XYZ *Superfeed* mulai memproduksi pada bulan Agustus 1997.

PT. XYZ *Superfeed* merupakan salah satu cabang dari PT. XYZ Indonesia yang mulai masuk pasar Indonesia pada tahun 1989 dan berkantor pusat di Korea Selatan. Modernisasi peralatan produksi dan perluasan produksi yang dilakukan secara berkelanjutan, juga didampingi oleh intensifikasi Riset dan Pengembangan Teknologi dan penerapan Pengendalian Mutu/Keamanan Pakan Ternak. Dengan perkembangan yang berkelanjutan tersebut, maka PT. XYZ menetapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tujuan perusahaan

3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Menjadi perusahaan terbaik dalam bisnis pakan ternak dan integrasinya di Indonesia

Misi:

1. Memberikan layanan dan produk yang berbeda kepada konsumen
2. Mempertahankan dan membina sumber daya manusia yang terbaik di Indonesia
3. Mengejar efisiensi terbaik dengan inovasi tanpa henti
4. Membentuk dan mempertahankan kerjasama tim yang kuat
5. Memperkuat bisnis yang ada dan memperluas bisnis baru yang terkait

3.1.2 Produk PT. XYZ



Sumber: Internal Perusahaan PT. XYZ, 2019

Gambar 3.1 Produk PT. XYZ

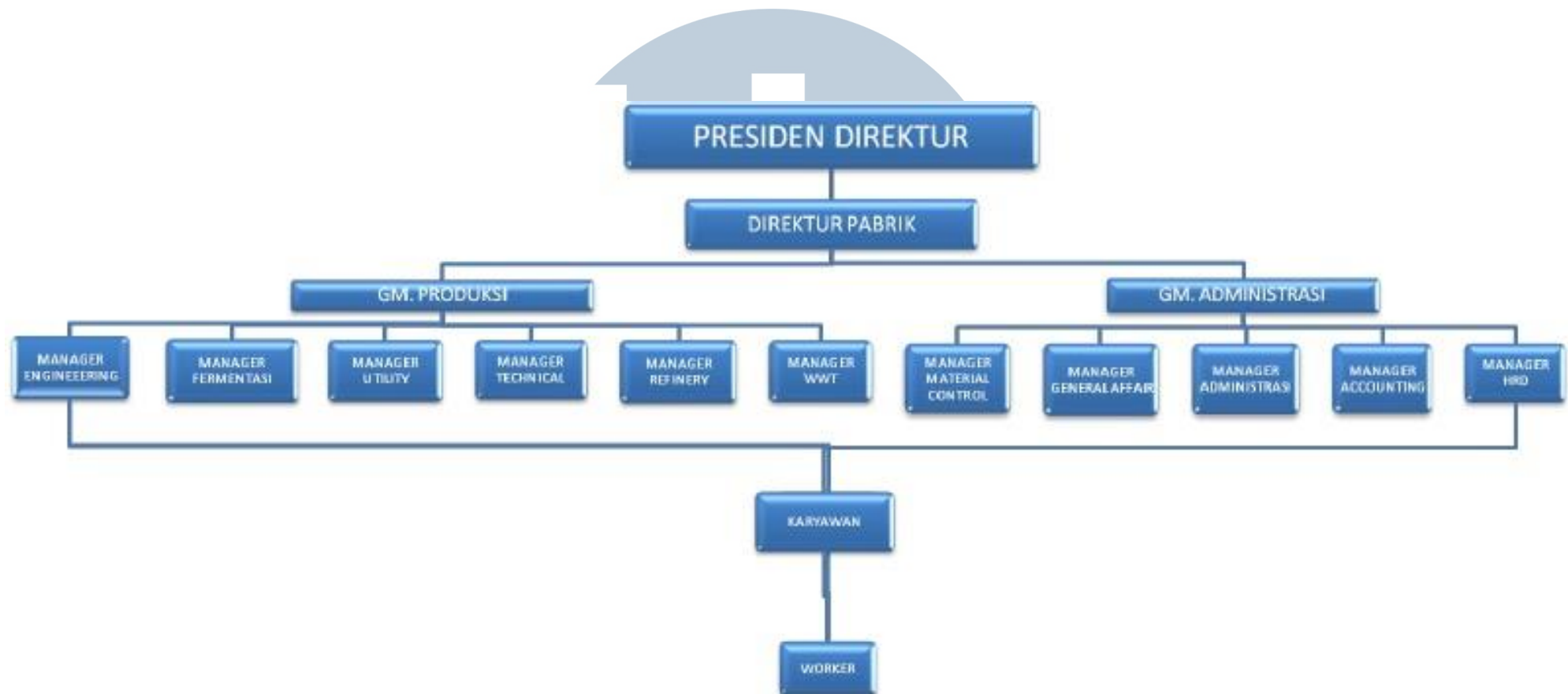
Gambar 3.1 merupakan produk pakan ternak dari PT. XYZ. PT. XYZ memproduksi pakan ternak Broiler (ayam pedaging), Layer (ayam petelur),

Konsentrat (ayam petelur), dan Breeder (ayam pembibitan) untuk melayani permintaan pelanggan yang berada di wilayah Serang, Banten. Modernisasi peralatan produksi dan perluasan produksi yang dilakukan secara berkelanjutan, juga didampingi oleh intensifikasi Riset dan Pengembangan Teknologi dan penerapan Pengendalian Mutu/Keamanan Pakan Ternak. Dengan perkembangan yang berkelanjutan tersebut, maka PT. XYZ menetapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tujuan perusahaan

3.1.3 Stuktur Organisasi

PT. XYZ Indonesia merupakan perusahaan penanaman modal asing murni berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Perusahaan ini dipimpin oleh seorang Direktur yang dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh Direktur Pabrik. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya Direktur Pabrik dibantu oleh *General Manager* Produksi dan *General Manager* Administrasi. *General Manager* Produksi membawahi beberapa *Manager* diantaranya *Manager* Fermentasi, *Manager Refinery*, *Manager Engineering*, *Manager Utility*, *Manager Technical* dan *Manager WWT*. Sedangkan *General Manager* Administrasi membawahi beberapa *Manager* lagi, yaitu: *Manager Control*, *Manager General Affairs*, *Manager Administrasi*, *Manager HRD* dan *Manager Accounting*. Secara garis besar struktur organisasi PT. XYZ dapat dilihat pada gambar berikut:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Sumber: Internal Perusahaan PT. XYZ, 2019

Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. XYZ

3.2 Desain Penelitian

Desain Penelitian adalah kerangka kerja atau *blue print* untuk melakukan proyek riset pemasaran yang menentukan prosedur yang diperlukan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun data atau menyelesaikan masalah riset pemasaran (Malhotra, 2012, p. 98). Sedangkan menurut Cooper dan Schindler (2008, p. 104) desain penelitian merupakan *blue print* / cetak biru untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data

3.2.1 Data Penelitian

Menurut Malhotra (2012, p. 127) data penelitian terbagi menjadi dua, yaitu *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* adalah data berasal dari peneliti untuk masalah khusus yang diteliti, seperti data survei (Malhotra, 2012, p. 73). *Secondary data* adalah data yang dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain masalah yang ada, seperti data yang tersedia dari organisasi perdagangan, dan internet (Malhotra, 2012, p. 73). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *primary data* dan *secondary data*. Dalam pengumpulan *primary data* penulis melakukan *in-depth interview* dan penyebaran kuesioner kepada responden yang tergolong ke dalam populasi dalam penelitian ini.

In-depth interview dilakukan oleh penulis kepada 15 responden karyawan PT. XYZ. Tujuan dilakukannya *in-depth interview* adalah untuk menggali fenomena yang sedang terjadi pada objek penelitian terkait dengan variabel *service climate*, *job satisfaction*, *affective commitment*. Data yang

diperoleh data bersifat kualitatif yaitu data berupa informasi yang didapat dari wawancara.

Penulis menggunakan kuesioner sebagai *instrument* dalam penelitian ini. Indikator penelitian mengacu kepada indikator yang digunakan dalam penelitian Collier (2013). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 22 indikator dengan menggunakan *likert scale* 1-5 terkait dengan variabel *service climate*, *job satisfaction*, *affective commitment* dan *work engagement*.

Penulis juga menggunakan beberapa panduan dalam melakukan penelitian terkait variabel dan proses pengembangan fenomena yang terdapat di penelitian ini. *Secondary data* yang digunakan penulis dari berbagai sumber, yaitu jurnal, artikel dan buku teks.

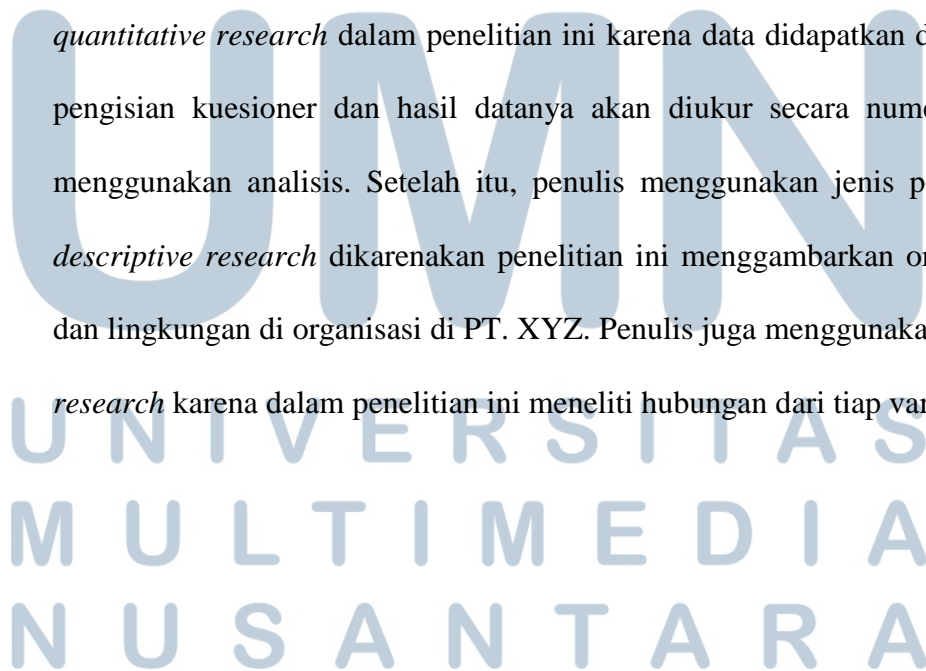
3.2.2 Metode Penelitian

Menurut Malhotra (2012, p. 98) metode penelitian adalah terbagi menjadi dua yaitu *qualitative research* dan *quantitative research*. *Qualitative* adalah metodologi penelitian eksplorasi yang tidak terstruktur berdasarkan sampel kecil yang memberikan wawasan dan pemahaman tentang pengaturan masalah (Malhotra, 2012, p. 181). *Quantitative Research* adalah metodologi penelitian yang berupaya mengukur data dan biasanya menerapkan beberapa bentuk analisis statistik (Malhotra, 2012, p. 182). Data kuantitatif yang didapatkan merupakan hasil dari pengisian kuisisioner yang kemudian diolah dan dijelaskan dalam bentuk paragraf

deskriptif. *Descriptive Research* adalah suatu jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama yaitu deskripsi sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar (Malhotra, 2012, p. 104).

Menurut Zickmund *et al.*, (2013, p. 52), jenis penelitian dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu, *exploratory research* dilakukan untuk memperjelas situasi yang ambigu atau menemukan ide – ide yang mungkin menjadi peluang bisnis potensial. *Descriptive research* menjelaskan karakteristik objek, orang, kelompok organisasi, atau lingkungan; mencoba untuk “melukis gambar” dari situasi tertentu. *Casual research* mengizinkan inferensi kasual dibuat; berusaha mengidentifikasi hubungan sebab akibat.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis menggunakan metode jenis penelitian kuantitatif (*quantitative research*) serta menggunakan jenis penelitian deskriptif (*descriptive research*). Penulis menggunakan *quantitative research* dalam penelitian ini karena data didapatkan dari hasil pengisian kuesioner dan hasil datanya akan diukur secara numerik dan menggunakan analisis. Setelah itu, penulis menggunakan jenis penelitian *descriptive research* dikarenakan penelitian ini menggambarkan organisasi dan lingkungan di organisasi di PT. XYZ. Penulis juga menggunakan *casual research* karena dalam penelitian ini meneliti hubungan dari tiap variabel.



3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi dan Sampel

Target populasi menurut Malhotra (2012, p. 369) adalah kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari peneliti dan tentang apa yang akan peneliti simpulkan. Pada penelitian ini target populasinya yaitu seluruh karyawan PT. XYZ. Sampel menurut Malhotra (2012, p. 369) adalah unit dasar yang mengandung unsur populasi yang akan dijadikan sampel. Berdasarkan definisi tersebut, yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah karyawan PT. XYZ .

Setelah menentukan populasi dan sampel yang akan dijadikan objek penelitian, peneliti perlu mengetahui siapa saja yang dapat dijadikan objek penelitian. Oleh karena itu, peneliti perlu melakukan *sampling frame*, *sampling frame* adalah daftar elemen dari mana sampel dapat diambil; juga disebut populasi pekerja (Zickmund *et al.*, 2013, p. 388). Pada penelitian ini, yang menjadi *sampling frame* adalah karyawan PT. XYZ.

3.3.2 Sampling Techniques

Sampling Techniques ada dua yaitu *Nonprobability Sampling* dan *Probability Sampling*. *Nonprobability* menurut Malhotra (2012, p. 371) adalah teknik pengumpulan sampel yang tidak menggunakan prosedur pemilihan kesempatan, tetapi sebaliknya bergantung pada penilaian pribadi peneliti dan atau keyakinan. Sedangkan *Probability* menurut Malhotra (2012, p. 371) adalah prosedur pengambilan sampel di mana setiap elemen populasi memiliki peluang probabilitas tetap untuk dipilih menjadi

sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *nonprobability techniques* sebagai *sampling techniques*. *Probability techniques* memiliki lima metode, yaitu:

1. *Simple Random Sampling* adalah teknik pengambilan sampel probabilitas seleksi yang diketahui dan sama. Setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lainnya, dan sampel diambil dengan prosedur acak dari kerangka sampling (Malhotra, 2012, p. 378).
2. *Systematic Sampling* adalah teknik pengambilan sampel probabilitas di mana sampel dipilih dengan memilih titik awal acak dan kemudian memilih setiap elemen sukses dari kerangka sampling (Malhotra, 2012, p. 379).
3. *Stratified Sampling* adalah teknik pengambilan sampel probabilitas yang menggunakan proses dua langkah untuk membagi populasi menjadi subpopulasi, atau strata. Elemen dipilih dari setiap strata dengan produk acak (Malhotra, 2012, p. 380).
4. *Cluster Sampling* adalah teknik pengambilan sampel probabilitas dengan dua langkah. Pertama, populasi target dibagi menjadi subpopulasi yang saling eksklusif dan kolektif lengkap disebut cluster. Kemudian, sampel acak cluster dipilih berdasarkan teknik sampling probabilitas, seperti pengambilan sampel acak sederhana. Untuk setiap *cluster* yang dipilih, semua elemen dimasukkan dalam sampel atau sampel elemen diambil secara probabilistik (Malhotra, 2012, p. 381).

5. *Area Sampling* adalah bentuk umum pengambilan sampel *cluster* dimana *cluster* terdiri dari area geografis, seperti kabupaten, perumahan, blok, dan sebagainya (Malhotra, 2012, p. 381).

Nonprobability techniques memiliki empat metode, yaitu:

1. *Convenience Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang berupaya mendapatkan sampel elemen yang mudah. Pengambilan sampel diserahkan terutama kepada pewawancara (Malhotra, 2012, p. 373).

2. *Judgmental Sampling* pengambilan sampel di mana unsur – unsur populasi dipilih secara sengaja berdasarkan penilaian peneliti (Malhotra, 2012, p. 375).

3. *Quota Sampling* adalah teknik pengambilan sampel *non probability* yang merupakan pengambilan sampel *judgmental* dua tahap. Tahap pertama terdiri dari pengembangan kategori kontrol atau kuota elemen populasi. Tahap kedua, elemen sampel dipilih berdasarkan *convenience* atau *judgmental* (Malhotra, 2012, p. 375).

4. *Snowball Sampling* adalah teknik pengambilan sampel *non probability* di mana kelompok responden awal dipilih secara acak. Responden berikutnya dipilih berdasarkan referensi atau informasi yang diberikan oleh responden awal. Proses ini dapat dilakukan secara bergelombang dengan mendapatkan referensi (Malhotra, 2012. P. 376).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *judgmental sampling* sebagai *nonprobability sampling techniques* karena responden

sampel penelitian hanya mencakup karyawan tetap bukan karyawan tidak tetap. Dan *Snowball sampling techniques* karena peneliti membagikan kuesioner kepada salah satu responden kemudian responden tersebut membagikan kepada responden lainnya.

3.3.3 Sampling Size

Menurut Malhotra (2012, p. 371) *Sampling Size* adalah ukuran sampel mengacu pada jumlah elemen yang akan dimasukkan dalam penelitian. Menentukan ukuran sampel melibatkan pertimbangan kualitatif dan kuantitatif. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu kepada pernyataan Hair *et, al.* (2010) yaitu, penentuan banyaknya jumlah item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan mengasumsikan ($n \times 5$) observasi per variabel. Pada penelitian ini, dengan jumlah 22 indikator buah, maka dapat ditentukan bahwa jumlah sample minimum yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak minimal 110 responden ($22 \times 5 = 110$).

3.4 Teknik Pengumpulan data

3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kedua metode pengambilan data yaitu *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* merupakan data yang langsung didapatkan dari objek penelitian yaitu karyawan PT. XYZ. Data yang peneliti dapatkan dari objek penelitian melalui observasi dengan *interview* dan menyebar kusioner.

Sedangkan *secondary data* merupakan data yang tidak langsung didapatkan peneliti dari perusahaan melainkan didapatkan dari media seperti buku – buku teori, jurnal utama maupun jurnal pendukung, majalah, maupun artikel.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Zickmund *et al.*, (2013) terdapat 2 metode yang dapat digunakan dalam pengumpulan data yaitu *survey research* dan *observation research*. *Survey research* adalah metode pengumpulan data primer berdasarkan komunikasi dengan sampel individu yang representatif (Zickmun *et al.*, 2013, p. 185). Sedangkan *observation research* adalah proses sistematis pencatatan pola perilaku orang, objek, dan kejadian saat mereka disaksikan (Zickmund *et al.*, 2013, p. 236).

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data *survey approach*. Penulis menggunakan metode *survey approach* dengan melakukan *in-depth interview* dan menyebarkan kuesioner kepada karyawan PT. XYZ.

3.5 Periode Penelitian

Pengisian kuisisioner dilakukan 2 kali, yaitu *pre-test* dan *main-test*. *Pre-test* dilakukan pada bulan April 2019. *Pre-test* dilakukan untuk menguji *validitas* dan *reliabilitas* dari variabel yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini. Jumlah responden pada *pre-test* ini sebanyak 30 orang. Sedangkan jumlah responden pada *main-test* sebanyak minimal 110 orang.

Dalam kuesioner ini digunakan skala pengukuran *likert*. *Skala likert* merupakan skala pengukuran dengan lima kategori mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”, yang mengharuskan responden untuk menunjukkan perjanjian atau ketidaksepakatan derajat dengan masing – masing dari serangkaian pernyataan yang terkait dengan objek stimulus (Malhotra, 2012, p. 308).

Tabel 3.1 Skala Likert

Keterangan	Skala
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Antara Setuju dan Tidak Setuju	3
Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	5

Sumber: Malhotra, 2012

3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel bebas (*dependent variable*) dan variabel terikat (*independent variable*). *Dependent variable* adalah variabel yang dimanipulasi oleh peneliti dan manipulasi menyebabkan efek pada variabel dependen. Sedangkan *independent variable* adalah variabel yang diukur, diprediksi, atau dimonitor dan diharapkan akan dipengaruhi oleh manipulasi variabel independen (Cooper dan Schindler, 2008, p. 61).

Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Definisi	Dimensi	Mesaurement	Skala Pengukuran
1.	<i>Service Climate</i>	<i>Service climate</i> didefinisikan sebagai praktik layanan yang dirasakan pelanggan dan perilaku yang bisa diharapkan oleh sebuah perusahaan untuk didukung, diharapkan, dan dihargai oleh suatu perusahaan. (Schindler dan Bowen, 1993 dalam Barnes dan Collier 2013)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas dukungan yang saya dapatkan dari karyawan dan manajemen lain memungkinkan saya unggul dalam menyediakan layanan pelanggan yang unggul 2. Di tempat saya bekerja, kami menetapkan standar kinerja yang jelas untuk kualitas layanan 3. Budaya organisasi kami adalah untuk menempatkan kebutuhan pelanggan 4. Lingkungan kerja saya mendorong karyawan untuk memberikan pengalaman layanan pelanggan yang sangat baik 	Skala <i>Likert</i> 1-5
2.	<i>Job Satisfaction</i>	<i>Job Satisfaction</i> adalah kondisi emosional yang menyenangkan yang dihasilkan dari penilaian seseorang atas pekerjaannya atau pengalamannya. (Locke, 1976, p.1300 dalam Barnes dan Collier 2013)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Pekerjaan saya sangat berharga 2. Saya melakukan sesuatu yang berharga 3. Pekerjaan saya menarik 4. Pekerjaan saya memuaskan 	

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

No.	Variabel Penelitian	Definisi	Dimensi	Mesaurement	Skala Pengukuran
3.	<i>Affective Commitment</i>	<i>Affective Commitment</i> adalah keterikatan emosional, identifikasi dan keterlibatan karyawan dengan organisasi. (Allen dan Meyer, 1990 dalam Barnes dan Collier 2013)		1. Saya sangat peduli dengan nasib perusahaan ini 2. Saya bersedia melakukan upaya untuk membantu perusahaan ini menjadi sukses 3. Saya merasa memiliki perusahaan ini 4. Saya setia dengan perusahaan ini	
4.	<i>Work Engagement</i>	<i>Work Engagement</i> didefinisikan sebagai kondisi pikiran yang positif, memuaskan, dan berhubungan dengan pekerjaan yang mencakup konsep-konsep seperti <i>vigor</i> , <i>dedication</i> , <i>absorption</i> (Schaufeli, et al., 2002 dalam Barnes dan Collier 2013)	<p><i>Vigor</i> ditandai dengan tingginya tingkat energi dan ketahanan mental seseorang saat bekerja, kemauan untuk menginvestasikan upaya dalam pekerjaan seseorang, dan keberadaan bahkan dalam menghadapi kesulitan.</p> <p><i>Dedication</i> didefinisikan sebagai rasa signifikansi, antusiasme, inspirasi, kebanggaan, dan tantangan</p>	1. Di tempat kerja, saya merasa penuh energi 2. Dalam pekerjaan saya, saya sangat tangguh secara mental 3. Di tempat kerja, saya selalu bertahan, bahkan ketika segala sesuatunya tidak berjalan dengan baik 4. Saya antusias dengan pekerjaan saya 5. Pekerjaan saya menginspirasi saya 6. Saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan	Skala Likert 1-5

No.	Variabel Penelitian	Definisi	Dimensi	Mesaurement	Skala Pengukuran
4.	<i>Work Engagement</i>	<i>Work Engagement</i> didefinisikan sebagai kondisi pikiran yang positif, memuaskan, dan berhubungan dengan pekerjaan yang mencakup konsep-konsep seperti <i>vigor</i> , <i>dedication</i> , <i>absoprion</i> (Schaufeli, <i>et al.</i> , 2002 dalam Barnes dan Collier 2013)	<i>Absorption</i> didefinisikan sebagai keadaan seseorang yang sangat berkonsentrasi dan asyik dalam pekerjaannya dan merasa waktu berlalu dengan cepat saat sedang mengerjakan pekerjaannya.	1. Saya merasa senang ketika saya bekerja dengan intens 2. Saya terbawa suasana saat bekerja 3. Sulit untuk melepaskan diri dari pekerjaan saya	

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019



3.7 Teknis Pengolahan Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

Menurut Ghozali (2016), dalam penelitian pada bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi dan sosiologi, umumnya variabel – variabel penelitiannya dirumuskan sebagai sebuah variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi – dimensi yang diamati atau indikator – indikator yang diamati. Terdapat dua jenis uji instrument, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengukur kelayakan stau kusioner yang akan digunakan dalam penelitian.

Dalam melakukan *pre-test*, peneliti menggunakan IBM SPSS versi 23. IBM SPSS adalah sebuah *software* yang berfungsi untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik, baik untuk statistic parametik maupun non-parametik dengan basis *windows*. Sedangkan untuk *main-test* peneliti menggunakan program AMOS versi 23.

3.7.2 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013, p. 52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Ghozali (2013, p. 57) mengemukakan bahwa uji *Barlett of Sphericity* merupakan uji statistik untuk menentukan ada tidaknya korelasi antar variabel. Alat uji lain yang digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat

dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor adalah *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Nilai KMO MSA bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dikehendaki harus > 0.50 untuk dapat dilakukan analisis faktor.

3.7.3 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2013, p. 47) uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing – masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing – masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama yaitu AUTONOMI. Jika jawaban terhadap ke empat indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *repeated measure* atau pengukuran ulang, disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya. Cara kedua yaitu *one shot* atau pengukuran sekali saja, disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel

dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Ghozali, 2013, p. 48).

3.8 *Structural Equation Model (SEM)*

Menurut Hair *et al.*, (2010) *Structural Equation Model (SEM)* adalah sebuah teknik *multivariate* yang mengkombinasikan aspek *factor analysis* dan *multiple regression* yang memungkinkan penelitian untuk secara simultan menguji suatu rangkaian *dependence relationship* yang saling berkaitan antar variabel – variabel yang terukur dan latent construct (variables) maupun diantara beberapa *latent construct*. Menurut Hair *et al.*, (2010), tahapan dalam teknik analisis SEM adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masing – masing *construct* atau indikator untuk mengukurnya.
2. Membuat diagram measurement model atau model pengukuran.
3. Menentukan kecukupan *sample size* yang akan diambil dan memilih metode estimasi serta pendekatan untuk menangani *missing data*.
4. Mengukur validitas atau kecocokan model pengukuran. Jika model pengukuran dinyatakan valid, maka dapat dilanjutkan ke tahap 5 dan 6.
5. Mengubah model pengukuran menjadi model struktural.
6. Menilai validitas atau kecocokan model struktural. Jika model struktural memiliki tingkat kecocokan yang baik maka selanjutnya dapat dilakukan penarikan kesimpulan penelitian.

3.9 Kecocokan Model Pengukuran

Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan pada setiap konstruk atau model pengukuran secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran (Hair *et al.*, 2010). Suatu variabel dapat dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya, jika muatan faktor standarnya (*standardized loading factor*) ≥ 0.50 (Hair *et al.*, 2010). Sedangkan reliabilitas adalah sebuah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator – indikator memiliki konsistensi yang tinggi dalam mengukur konstruk latennya (Hair *et al.*, 2010).

Menurut Hair *et al.*, (2010) suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *construct reliability* (CR) ≥ 0.70 , nilai *average variance extracted* (AVE) ≥ 0.50 . Menurut Hair *et al.*, (2010) ukuran tersebut dapat dihitung dengan rumus dibawah ini:

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

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

3.10 Kecocokan Model Keseluruhan

Goodness of Fit Indices (GOFI) dikelompokkan oleh Hair *et al.*, (2010) ke dalam 3 bagian yaitu:

1. *Absolute fit indices* yang digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan model pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian serta seberapa baik model yang ditentukan oleh peneliti terhadap data yang diamati (Hair *et al.*, 2010).
2. *Incremental fir measures* digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang disebut sebagai rull model atau independence model (Hair *et al.*, 2010).
3. *Parsimonius fit measures* digunakan untuk memberikan informasi tentang model mana yang paling cocok digunakan dengan mempertimbangkan kesesuaian model yang *relative* terhadap kompleksitasnya (hair *et al.*, 2010).

Menurut Hair *et al.* (2010) uji struktural model dapat dilakukan dengan mengukur *goodness of fit model* yang menyertakan kecocokan nilai dibawah ini :

- 1) Nilai X2 dengan DF.
- 2) Satu kriteria *absolute fit index* (i.e., GFI, RMSEA, SRMR, dan *Normed Chisquare*).
- 3) Satu kriteria *incremental fit index* (i.e., CFI atau TLI).
- 4) Satu kriteria *goodness-of-fit index* (i.e., GFI, CFI, TLI).
- 5) Satu kriteria *badness-of-fit index* (RMSEA, SRMR)

Tabel 3.3 Characteristics Of Different Fit Indices Demonstrating Goodness-Of-Fit Across Different Model Situations

FIT INDICES		CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES					
		N < 250			N > 250		
		m ≤ 12	12 < m < 30	M ≥ 30	m < 12	12 < m < 30	M ≥ 30
Absolute Fit Indices							
1	Chi-Square (χ^2)	Insignificant p-values expected	Significant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Significant p-values expected
2	GFI	GFI > 0.90					
3	RMSEA	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.95	RMSEA < 0.08 with CFI > 0.92	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.92	RMSEA < 0.07 with RMSEA ≥ 0.90
4	SRMR	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI ≥ 0.95)	SRMR < 0.09 (with CFI > 0.92)	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)
5	Normed Chi-Square (χ^2/DF)	$(\chi^2/DF) < 3$ is very good or $2 \leq (\chi^2/DF) \leq 5$ is acceptable					
Incremental Fit Indices							
1	NFI	$0 \leq NFI \leq 1$, model with perfect fit would produce an NFI of 1					
2	TLI	TLI ≥ 0.97	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI > 0.90



3	CFI	$CFI \geq 0.97$	$CFI \geq 0.95$	$CFI > 0.92$	$CFI \geq 0.95$	$CFI > 0.92$	$CFI > 0.90$
4	RNI	May not diagnose misspecification well	$RNI \geq 0.95$	$RNI > 0.92$	$RNI \geq 0.95$, not used with $N > 1,000$	$RNI > 0.92$, not used with $N > 1,000$	$RNI > 0.90$, not used with $N > 1,000$
Parsimony Fit Indices							
1	AGFI	No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit					
2	PNFI	$0 \leq NFI \leq 1$, relatively high values represent relatively better fit					

Sumber: Hair *et al.*, (2010)

