



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

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. XYZ sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang farmasi sejak lama. PT. XYZ didirikan pada tanggal 5 Januari 1971 di Jl. Sukabumi 61 Bandung, yang pada awalnya PT. XYZ hanyalah sebuah *home industry* yang memproduksi obat-obatan sederhana yang berbentuk sirup, kapsul, tablet dan salep lalu berkembang menjadi antibiotika, analgesika, dan obat batuk hitam. PT. XYZ menyediakan berbagai macam produk seperti *insto*, *OBH Combi*, *mederma*, dan *joinfit* dimana produk-produk tersebut sudah dipercaya oleh masyarakat Indonesia sebagai solusi untuk permasalahan kesehatan mereka. PT. XYZ kian berkembang, hingga pada tahun 1983, PT. XYZ mendirikan pabrik dengan skala yang besar di Padalarang. Sampai pada tahun 1985 era baru dalam PT. XYZ dimulai oleh dua figur penting dalam perkembangan dunia farmasi di Indonesia, Dr. Biantoro Wanandi yang merupakan seorang *Doctor of Natural Sciences* dari *Swiss Federal Institute of Technology* di Zurich Switzerland yang pernah menjabat sebagai *Chief, Drug Policies and Management Unit* di *World Health Organization* (WHO) serta Bapak Hamadi Widjaja lulusan dari *INSEAD Fontainebleau* di Perancis.

PT. XYZ terus melakukan pengembangan dan peningkatan akan kualitas produknya dan usaha yang terus menerus dilakukan membuahkan hasil yaitu diperolehnya sertifikat CPOB dari pemerintah pada tahun 1991 dan hingga saat ini

PT. XYZ telah memiliki 22 setifikat CPOB yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia.

Pada tahun 2002, pada lingkungan pabrik PT. XYZ mendirikan fasilitas gedung PT. Sanofi Synthelabo Combiphar (SSC) yang merupakan hasil *joint venture* PT. XYZ dengan Sanofi-Synthelabo Perancis. Di tahun-tahun berikutnya PT. XYZ juga membangun gedung khusus untuk produksi obat batuk hitam dan memperbaharui *waste water treatment plant*. Pada tahun 2006 PT. XYZ mengambil keseluruhan gedung SSC yang beralih menjadi *Pharma Healthy Care* (PHC), selain itu PT. XYZ juga dinyatakan lulus dan berhak mendapatkan sertifikat ISO 9001 : 2000 setelah diaudit oleh konsultan ISO yaitu AIMS dan SGS.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT. XYZ memiliki memiliki visi dan misi perusahaan sebagai berikut.

1. Visi

Menjadi perusahaan terkemuka dibidang perawatan kesehatan yang menyentuh kehidupan konsumen melalui peningkatan kesehatan individu dan komunitas.

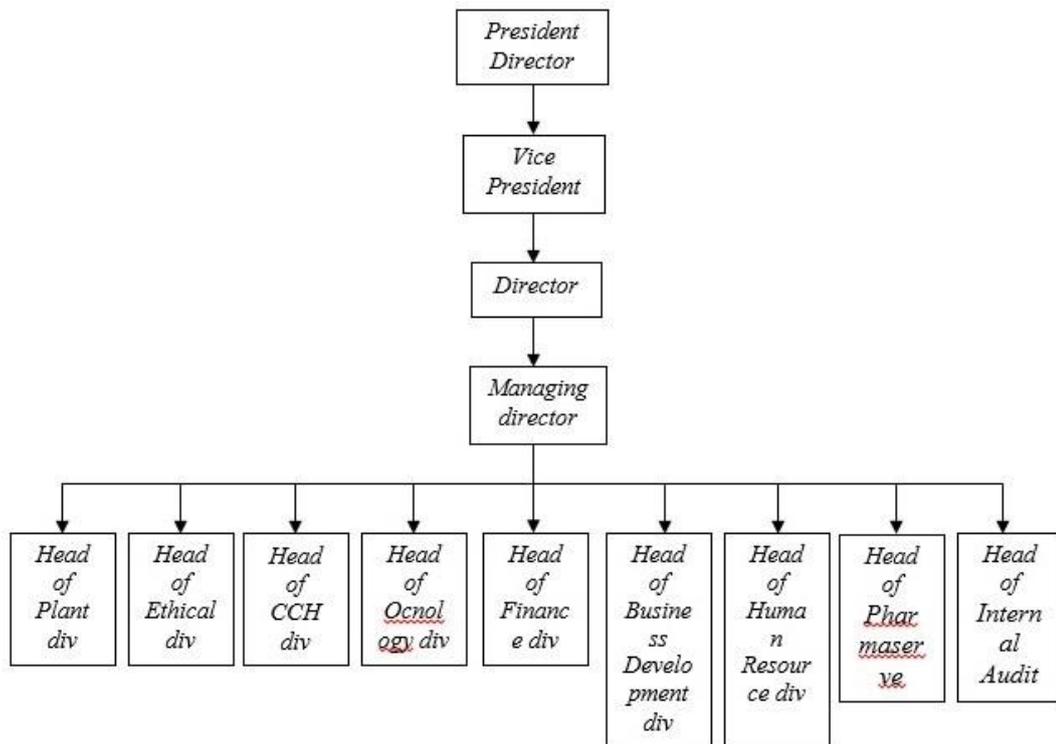
2. Misi

Mengupayakan tingkat kualitas kesehatan konsumen yang lebih baik melalui produk dan layanan berkualitas serta terjangkau dengan mempromosikan gaya hidup sehat.

N U S A N T A R A

3.2 Struktur Organisasi

Manajemen puncak pada PT. XYZ diisi oleh *President Director* yang membawahi *Vice President*. *Vice President* membawahi *Director* yang juga membawahi *Managing Director*. *Managing director* membawahi delapan kepala divisi, yaitu *Head of Plant Division*, *Head of Ethical Divison*, *Head of CCH Division*, *Head of Ocnology Division*, *Head of Finance Division*, *Head of Business Development Division*, *Head of Human Resource Division*, *Head of Pharmaserve* dan *Head of Internal Audit*.



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi

Sumber : Data Perusahaan (2018)

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah sebuah rencana utama yang menentukan metode dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisa informasi yang dibutuhkan. Desain penelitian akan menunjukkan sebuah kerangka atau perencanaan tindakan untuk sebuah penelitian (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2013).

3.3.1 *Research Data*

Research data adalah suatu penyelidikan, pemeriksaan, pencermatan, percobaan yang membutuhkan ketelitian dengan menggunakan metode tertentu untuk memperoleh suatu hasil dengan tujuan tertentu.

Menurut Maholtra (2012) ada 2 metode yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Primary data*, adalah data yang berasal dari peneliti, dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menangani suatu masalah penelitian.
2. *Secondary data*, adalah data yang sudah ada sebelumnya yang telah dikumpulkan untuk menyelesaikan masalah penelitian lain.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menggunakan kedua sumber data tersebut dalam penelitian ini. Sumber data yang banyak digunakan dalam penelitian ini adalah *primary data*. Pengumpulan data dilakukan melalui *in-depth interview* dengan beberapa karyawan dan penyebaran kuesioner untuk karyawan PT. XYZ. Sedangkan untuk *secondary data* dalam penelitian ini peneliti peroleh dari beberapa sumber seperti jurnal, artikel, serta beberapa buku teori.

3.3.2 Metode Penelitian

Menurut Zikmund, et al., (2013) terdapat dua jenis penelitian, yaitu :

1. *Qualitative business research*

Jenis penelitian dimana peneliti menyediakan penafsiran berdasarkan fenomena yang ada tanpa tergantung pada pengukuran numerik.

2. *Quantitative business research*

Jenis penelitian yang mewajibkan peneliti untuk meneliti berdasarkan pengukuran numerik yang ada dan menggunakan pendekatan analisis.

Menurut Zikmund, et al., (2013) terdapat tiga metode penelitian kuantitatif, yaitu :

1. *Exploratory research*

Dilakukan untuk memperjelas situasi yang ambigu atau menemukan peluang bisnis potensial. *Exploratory research* tidak dimaksudkan untuk memberikan bukti konklusif yang menentukan tindakan tertentu. *Exploratory research* juga sering digunakan bertujuan untuk memandu dan memperbaiki *subsequent research efforts*.

2. *Descriptive research*

Penelitian yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik objek, orang, kelompok, organisasi, atau lingkungan. Dengan demikian, *descriptive research* mencoba untuk memberikan gambaran situasi tertentu dengan membahas pertanyaan siapa, apa, kapan, dimana, dan bagaimana.

3. *Causal research*

Penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat. Desain *causal research* dapat memakan waktu lama untuk diimplementasikan dan juga sering melibatkan desain rumit yang sangat mahal.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif & kualitatif dan *descriptive research*. Zikmund, et al., (2013) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai penelitian bisnis yang membahas tujuan penelitian melalui penilaian empiris yang melibatkan pengukuran numerik dan pendekatan analisis. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu dengan melakukan *in dept interview* & kuantitatif yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner dan *descriptive research* karena data yang didapatkan oleh peneliti diolah dan dijelaskan dalam bentuk paragraf deskriptif.

3.3.3 *Sampling Frame*

Dalam teknik sampling ini, beberapa pengguna disyaratkan untuk menggunakan *sampling frame*. *Sampling frame* adalah daftar elemen dari sebuah populasi yang dapat dijadikan sampel suatu penelitian (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2011).

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1 Target Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekelompok orang yang terdapat dalam suatu entitas yang memiliki karakteristik yang sama (Zikmund, et al., 2013). Dalam penelitian ini, yang

menjadi target populasi adalah karyawan tetap dari PT. XYZ.

Sampel merupakan sekelompok orang atau beberapa bagian dari sebuah populasi (Zikmund, et al., 2013). Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah karyawan tetap PT XYZ yang telah bekerja minimal 1 tahun dan sudah pernah mengikuti *Corporate Social Responsibility: Women's Empowerment*.

3.4.2 Sampling Techniques

Menurut Zikmund et al., (2013) membagi *sampling technique* menjadi dua jenis, yaitu :

3.4.2.1 Probability Sampling

Menurut Zikmund et al., (2013) teknik *probability sampling* adalah dimana semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden.

Menurut Zikmund et al., (2013) terapat tujuh teknik *probability sampling* yang dapat digunakan, yaitu :

1. *Simple Random Sampling*

Sebuah prosedur pengambilan sampel yang menjamin atau memastikan setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

2. *Systematic Sampling*

Sebuah prosedur pengambilan sampel dimana titik awal dipilih berdasarkan proses acak dan setiap angka n pada daftar akan dipilih.

3. *Stratified Sampling*

Sebuah prosedur *probability sampling* dimana kumpulan sampel acak

sederhana yang kurang lebih sama pada beberapa karakteristik diambil dari dalam setiap lapisan populasi.

4. *Proportional Stratified Sample*

Sampel bertingkat dimana jumlah unit *sampling* yang diambil dari setiap lapisan sebanding atau proporsional dengan ukuran populasi lapisan itu.

5. *Disproportional Stratified Sample*

Sampel bertingkat dimana ukuran sampel untuk setiap strata atau lapisan dialokasikan sesuai dengan pertimbangan analitis.

6. *Cluster Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang efisien secara ekonomi dimana unit *sampling* primer bukanlah elemen individual dalam populasi melainkan sekelompok besar elemen. Kelompok dipilih secara acak.

7. *Multistage Area Sampling*

Sampling yang melibatkan penggunaan kombinasi dua atau lebih teknik *probability sampling*.

3.4.2.2 Nonprobability Sampling

Teknik *nonprobability sampling* adalah dimana populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden, sampel dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti itu sendiri (Zikmund et al., 2013). Terdapat empat *sampling technique* di dalam *non- probability sampling*, yaitu:

1. *Convenience Sampling*

Mengacu pada pengambilan sampel dengan mendapatkan orang atau unit yang paling mudah didapatkan.

2. *Judgemental Sampling.*

Teknik *nonprobability sampling* dimana individu yang berpengalaman memilih sampel berdasarkan penilaiannya tentang beberapa karakteristik yang tepat atau sesuai yang diperlukan dari anggota sampel.

3. *Quota Sampling*

Prosedur *nonprobability sampling* yang memastikan bahwa berbagai *subgroups* populasi akan diwakili pada karakteristik yang bersangkutan dengan tingkat yang tepat yang diinginkan oleh peneliti.

4. *Snowball Sampling*

Prosedur pengambilan sampel dimana responden awal dipilih dengan metode *probability* dan responden tambahan diperoleh dari informasi yang diberikan oleh responden awal tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* dimana unit sampel dipilih berdasarkan penilaian atau kenyamanan pribadi peneliti. Kemudian untuk *sampling technique* dari *nonprobability sampling* yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *judgement* dan *snowball sampling* karena sampel dipilih berdasarkan penilaian pribadi penulis sesuai dengan ketentuan yang dipilih yaitu karyawan tetap PT. XYZ yang sudah bekerja minimal 1 tahun dan sudah pernah mengikuti *corporate social responsibility: Women's Empowerment*.

3.4.3 *Sampling Size*

Sampling size merupakan jumlah elemen yang akan dimasukkan atau diikutsertakan di dalam penelitian (Malhotra, 2012). Menurut Hair, Black, Babin & Anderson (2010) penentuan jumlah *sample* pada penelitian ini mengacu pada penentuan banyaknya jumlah *item* pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dimana dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi sampai $n \times 10$ observasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan $n \times 5$ observasi dengan jumlah indikator 21 buah, maka jumlah *minimum sample* yang akan diambil pada penelitian ini adalah sebanyak $21 \times 5 = 115$ responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kedua metode pengambilan data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi secara langsung dan spesifik dari objek yang diteliti untuk mengatasi masalah yang terjadi (Malhotra, 2012). Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari objek penelitian, yaitu karyawan tetap PT. XYZ yang sudah bekerja minimal satu tahun. Data yang peneliti peroleh dari objek penelitian adalah melalui *in-depth interview* dengan beberapa karyawan dan penyebaran kuesioner.

Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain dari masalah yang dihadapi (Zikmund, et al., 2013). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari objek

penelitian, melainkan data yang peneliti peroleh dari beberapa sumber seperti buku-buku teori, jurnal utama maupun jurnal pendukung, dan artikel-artikel.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data Zikmund, et al., (2013) mengategorikan beberapa metode yang dapat digunakan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. *Observation research* yang merupakan proses sistematis dalam merekam pola perilaku orang, objek, dan kejadian yang disaksikan.
2. *Survey research* diartikan sebagai sebuah metode pengumpulan data primer berdasarkan komunikasi dengan sampel yang diwakili oleh individu-individu.

Berdasarkan kedua metode pengambilan data yang telah dijelaskan, peneliti memilih untuk menggunakan metode *survey research* dalam penelitian. Dalam metode *survey research*, peneliti melakukan *in-depth interview* terhadap beberapa karyawan yang kemudian dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner kepada responden yaitu karyawan tetap yang minimal sudah bekerja selama satu tahun dan mengikuti program *Corporate Social Responsibility: Women's Empowerment* di PT. XYZ.

3.6 Periode Penelitian

Periode pengisian kuesioner untuk *pre-test* dilakukan pada 8 – 14 November 2018. *Pre-test* ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari variabel yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini. Jumlah responden pada *pre-test* adalah sebanyak 30 karyawan tetap PT. XYZ. Sedangkan periode penyebaran dan pengumpulan kuesioner *main-test* dilakukan pada 19 - 30 November 2018. Responden yang mengisi kuesioner penelitian ini sebanyak 115 karyawan tetap PT. XYZ.

3.7 Skala Pengukuran

Dalam kuesioner ini digunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* merupakan pengukuran sikap yang mengijinkan responden untuk memberikan nilai bagi pendapatnya dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan (Ghozali, 2016). Penulis menggunakan skala *likert* 1 sampai 7 untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik mengenai kejadian yang dialami karyawan.

Tabel 3. 1 Tabel Skala Pengukuran Likert

Keterangan	Skala
Sangat setuju	7
Setuju	6
Agak Setuju	5
Ragu – Ragu	4
Agak Tidak setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

3.8 Definisi Operasional Variabel

Zikmund, et al., (2013) mendefinisikan variabel sebagai segala sesuatu yang bervariasi atau berubah dari satu contoh ke lainnya dan dapat menunjukkan perbedaan dalam nilai. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*)

3.8.1 Variabel Endogen

Variabel Endogen merupakan variabel yang terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Notasi matematik dari variabel laten endogen adalah η (“eta”)

(Hair *et al.*, 2010). Variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan setidaknya memiliki satu anak panah yang mengarah pada variabel tersebut. Dalam penelitian ini, yang termasuk variable endogen adalah *corporate social responsibility*.

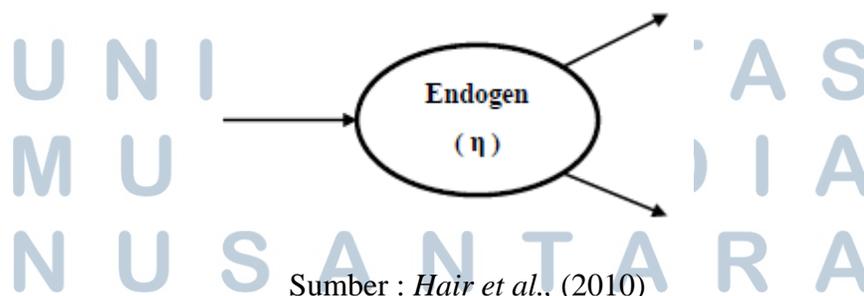
3.8.1.1 *Corporate Social Responsibility*

Menurut Nursahid (2006) *corporate social responsibility* adalah tanggung jawab moral suatu organisasi bisnis terhadap kelompok yang menjadi stakeholder-nya yang terkena pengaruh baik langsung maupun tidak langsung dari operasi perusahaan (Nursahid, 2006)

Kotler dan Nancy (2005) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 7. Pada skala 1 menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* yang telah dilakukan sangat tidak memberikan dampak di dalam perusahaan dan skala 7 menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* yang telah dilakukan sangat memberi dampak di dalam perusahaan.

Gambar 3.2 Variabel Endogen

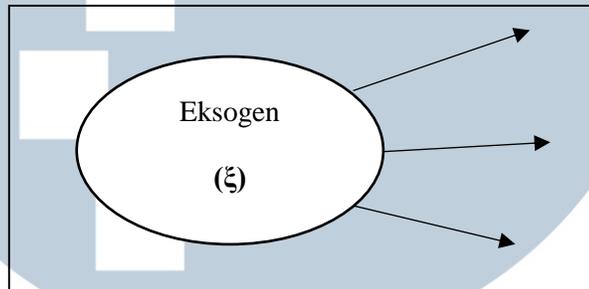


Sumber : Hair *et al.*, (2010)

3.8.2 Variabel Eksogen

Variabel Eksogen merupakan variabel yang muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model. Notasi matematik yang digunakan variabel ini adalah huruf Yunani ξ (“ksi”) (Wijanto, 2008). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel eksogen adalah *employee engagement*, *job motivation*, dan *job satisfaction*.

Gambar 3. 3 Variabel Eksogen



Sumber: Wijanto (2008)

3.8.2.1 Employee Engagement

Menurut Hughes dan Rog (2008) *employee engagement* adalah hubungan emosional dan intelektual yang tinggi dan dimiliki oleh karyawan terhadap pekerjaannya, organisasi, manajer, atau rekan kerja yang memberikan pengaruh untuk menambah usaha pengambilan keputusan sendiri (*discretionary effort*) dalam pekerjaannya.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 7. Pada skala 1 menunjukkan bahwa anggapan *employee engagement* yang terjadi sangat rendah di dalam perusahaan dan skala 7 menunjukkan bahwa *employee engagement* yang terjadi sangat tinggi di dalam perusahaan.

3.8.2.2 Job Motivation

Menurut Hackman dan Lawler III (1971); Tietjen dan Myers (1998) *job motivation* didefinisikan sebagai motivasi yang muncul dari kesenangan yang diperoleh individu dari pekerjaan mereka dan mereka akan menghasilkan kemungkinan yang lebih besar untuk terlibat dalam tugas-tugas yang berhubungan dengan pekerjaan sukarela.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 7. Pada skala 1 menunjukkan bahwa anggapan *job motivation* yang terjadi sangat rendah di dalam perusahaan dan skala 7 menunjukkan bahwa *job motivation* yang terjadi sangat tinggi di dalam perusahaan.

3.8.2.3 Job Satisfaction

Menurut Kreiter dan Kinicki (2008) *job satisfaction* pada dasarnya mencerminkan sejauh mana seseorang menyukai pekerjaannya. Secara formal, kepuasan kerja adalah respons afektif atau emosional terhadap berbagai aspek pekerjaan seseorang.

Menurut John R. Schermehorn (2003) *job satisfaction* merupakan tingkat dimana seseorang merasa positif atau negatif terhadap suatu pekerjaan. Seseorang yang memegang sikap tentang banyak hal yang ada di suatu tempat kerja antara satu sama lain, tugas, kebijakan, dan lainnya.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 7. Pada

skala 1 menunjukkan bahwa *job satisfaction* yang terjadi sangat rendah di dalam perusahaan dan skala 7 menunjukkan bahwa *job satisfaction* yang terjadi sangat tinggi di dalam perusahaan.

3.9 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen

Menurut Ghozali (2016) pada penelitian di bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, dan sosiologi umumnya variabel – variabel penelitiannya dirumuskan sebagai sebuah variabel laten atau *un-observed* (sering juga disebut konstruk), yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi – dimensi yang diamati atau indikator – indikator yang diamati. Ada dua uji instrumen, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengukur kelayakan suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian.

Pada uji *pre-test* dalam penelitian ini penulis menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 23, program ini merupakan sebuah aplikasi atau *software* yang digunakan untuk melakukan analisa data, serta melakukan perhitungan statistik parametrik dan non-parametrik berbasis *windows*. Penulis menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 23 untuk melakukan uji validitas dan reabilitas terhadap responden *pre-test*, sedangkan pada uji *main-test* penulis juga menggunakan aplikasi IBM SPSS AMOS versi 22..

3.9.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu *measurement* secara akurat mewakili suatu konsep (Zigmund, et al., 2013). Menurut Ghozali (2016) uji

validitas digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Cara yang digunakan untuk menguji *valid* tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

Ghozali (2016) mengemukakan bahwa uji *Bartlett of Sphericity* adalah uji statistik untuk menentukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Alat uji lain yang digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antarvariabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor, antara lain :

- 1) *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Nilai dari KMO bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang harus dikehendaki harus > 0.50 untuk dapat dilakukan analisis faktor.
- 2) Uji statistik signifikan *Bartlett's test of sphericity* (sig. < 0.05) menunjukkan bahwa korelasi yang cukup antar variabel untuk di proses lebih lanjut (Hair, et al., 2010).
- 3) Nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) harus > 0.50 untuk pengujian keseluruhan dan setiap variabel individual. Variabel dengan nilai < 0.50 harus dihilangkan dari analisis faktor satu per satu, dimulai dari variabel yang memiliki nilai terkecil atau terendah (Hair, et al., 2010).
- 4) *Factor Loadings* harus memiliki nilai > 0.50 dan idealnya > 0.70 (Hair, et al., 2010).

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Nunnally, 1994 dalam Ghozali, 2016). Sedangkan menurut Hair, et al., (2010) *rule of thumb* untuk reliabilitas dengan nilai > 0.7 menunjukkan reliabilitas yang baik.

3.9.2 *Structural Equation Model (SEM)*

3.9.2.1 Variabel-Variabel yang terdapat dalam SEM

Terdapat dua jenis variabel pada metode SEM (Hair et al, 2010) yaitu:

1. Variabel laten (*latent variable*)

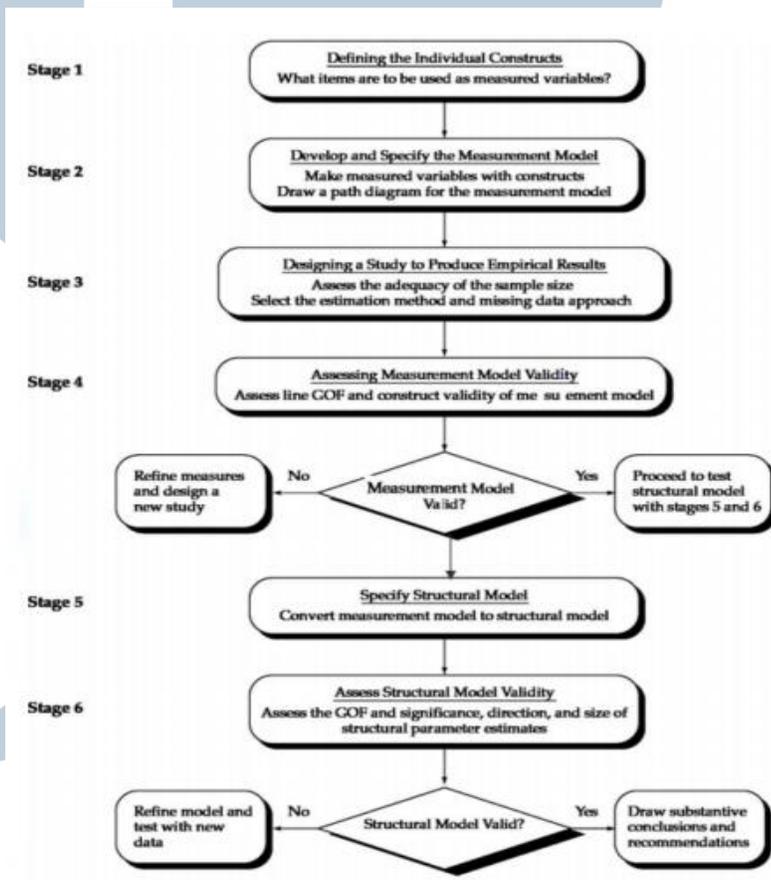
Sebuah konsep abstrak yang menjadi perhatian khusus dan utama di SEM. Variabel laten dibedakan menjadi dua yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen ξ (“ksi”) merupakan variabel bebas pada model penelitian. Sedangkan variabel endogen η (“eta”) merupakan variabel terikat pada penelitian yang memiliki setidaknya satu persamaan pada model, walaupun persamaan lainnya pada variabel tersebut merupakan variabel bebas.

2. Variabel terukur (*measured variables*)

Variabel terukur (*measured variables*) disebut sebagai variabel teramati (*observed variables*) merupakan variabel yang dapat diukur dan diamati secara empiris dan sering disebut sebagai indikator.

3.9.2.2 Tahapan Prosedur SEM

Terdapat tujuh tahapan pada pembentukan dan analisis SEM (Hair et al, 2010) yaitu:



Sumber: Hair et al, 2010

Gambar 3. 4 Tahapan – Tahapan Prosedur SEM

1. Pembentukan model teori dalam SEM sebagai dasar model yang akan diinput.
2. Pembuatan *path* diagram dengan menghubungkan setiap variabel berdasarkan teori. *Path* diagram berfungsi untuk memudahkan peneliti dalam melihat hubungan – hubungan dari tiap – tiap variabel yang akan diuji.
3. Membagi *path* diagram yang telah dibuat menjadi satu model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*).
4. Memilih matriks data yang akan diinput dan melakukan estimasi model yang diajukan. Pada SEM matriks yang digunakan hanya matriks varian/kovarian atau matriks korelasi sebagai input data untuk estimasi keseluruhan yang dilakukan.
5. Menentukan dan mengidentifikasi model struktural yang ingin difokuskan.
Seringkali terjadi masalah melalui gejala berikut:
 - a. *Standard error* yang sangat besar pada beberapa koefisien
 - b. Terdapat angka yang tidak relevan, dimana terdapat *error* pada varian yang memiliki angka negatif
 - c. Angka korelasi yang sangat tinggi pada estimasi korelasi (misalnya > 0.9)
 - d. Menghasilkan matriks informasi yang seharusnya disajikan
6. Melakukan evaluasi pada kriteria dari *goodness of fit* atau uji kecocokan dimana terdapat kriteria sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel penelitian minimal 100 – 150 dengan perbandingan 5 observasi pada setiap estimasi pengukuran
 - b. Normalitas dan linearitas
 - c. *Outliers*
 - d. *Multicollinearity* dan *singularity*
7. Melakukan interpretasi terhadap hasil yang didapat dan jika belum menemukan kecocokan dapat dilakukan perubahan model penelitian bila diperlukan.

3.9.2.3 Kecocokan Model Pengukuran

Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap construct atau model pengukuran (hubungan antara sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati/indikator) secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran (*Hair et al., 2010*).

1. Evaluasi terhadap validitas (*validity*) dari model pengukuran menurut Hair et al., (2010) suatu variabel dapat dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap *construct* atau *variable* latennya jika muatan factor standar (*standardized loading factor*) $\geq 0,50$.
2. Evaluasi terhadap realibilitas dari model pengukuran realibilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk

latennya. Berdasarkan *Hair et al.,(2010)* suatu variabel dapat dikatakan mempunyai reliabilitas baik jika:

- a) Nilai *Construct Reliability* (CR) ≥ 0.70
- b) Nilai *Variance Extracted* (AVE) ≥ 0.50

Menurut *Hair, Black, Babin & Anderson (2010)* ukuran tersebut dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

3.9.2.4 Kecocokan Model Keseluruhan

GOF (*Goodness of Fit Indices*) atau ukuran-ukuran GOF dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu (*Hair et al., 2010*) :

1. *Absolute fit measures* (ukuran kecocokan absolut) *Absolute fit measure* digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian.
2. *Incremental fit measures* (ukuran kecocokan inkremental) *Incremental fit measures* digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang disebut sebagai null model atau independence model
3. *Parsimonious fit measures* (ukuran kecocokan parsimoni) *Parsimonious fit measures* digunakan untuk mengukur kehematan model, yaitu model yang mempunyai *degree of fit* setinggi-tingginya untuk setiap *degree of freedom*.

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

1. Nilai χ^2 dengan DF.
2. Satu kriteria *absolute fit index* (i.e., **GFI, RMSEA, SRMR, Normed Chi-Square**).
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. 2 *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 ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI > 0.90
4 RNI	May not diagnose misspecification well	RNI ≥ 0.95	RNI > 0.92	RNI ≥ 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	$0 \leq PNFI \leq 1$, relatively high values represent relatively better fit					

Note: m=number of observed variables; N applies to number of observations per group when applying CFA to multiple groups at the same time
source: Hair, Black, Babin, and Anderson (2010)

Current research suggest a fairly common set of indices perform adequately across a wide range of situations and the researcher need not report all GOF indices because they are often redundant. Multiple fit indices should be used to assess a model's goodness-of-fit and should include:

1. The χ^2 value and associated DF
2. One absolute fit index (i.e., GFI, RMSEA, SRMR, Normed Chi-Square)
3. One incremental fit index (i.e., CFI or TLI)
4. One goodness-of-fit index (i.e., GFI, CFI, TLI, etc.)
5. One badness-of-fit index (RMSEA, SRMR, etc.)

Sumber : Hair et al, (2010)