

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasar tradisional yang dikelola oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman. Dengan pertimbangan bahwa pemerintah kabupaten Sleman telah menyiapkan strategi, visi dan misi pasar tradisional di Sleman maka dengan topik strategi pengembangan pasar, pasar dibawah pengelolaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman cocok untuk dijadikan sampel penelitian. Jumlah pasar tradisional yang dikelola oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman terdapat 42 pasar tradisional. Berikut adalah daftar pasar yang ada di Sleman

Tabel III.1
Data Pasar Kabupaten Sleman

NO	NAMA PASAR	ALAMAT
1	Kebonagung	Kebonagung, Desa Sendangagung, Kecamatan Minggir
2	Ngijon	Jl. Godean Km. 13, Ngijon, Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan
3	Godean	Jl. Godean Km. 9, Desa Sidoagung, Kecamatan Godean
4	Kuliner Belut	Jl. Godean Km. 9, Geneng, Desa Sidoagung, Kecamatan Godean
5	Balangan	Balangan, Desa Sendangrejo, Kecamatan Minggir

6	Ngino	Ngino, Desa Margoagung, Kecamatan Seyegan
7	Cebongan	Gabahan, Desa Sumberadi, Kecamatan Mlati
8	Gamping	Jl. Wates Km. 5, Gamping Tengah, Desa Ambarketawang, Kecamatan Gamping
9	Srowolan	Srowolan, Desa Purwobinangun, Kecamatan Pakem
10	Ngablak	Ngablak, Desa Bangunkerto, Kecamatan Turi
11	Turi	Jl. Turi-Tempel Km. 1, Desa Donokerto, Kecamatan Turi
12	Tempel Induk	Jl. Magelang Km.18, Ngepos, Desa Lumbungrejo, Kecamatan Tempel
13	Tempel Buah	Jl. Magelang Km.18, Ngepos, Desa Lumbungrejo, Kecamatan Tempel
14	Medari	Jl. Magelang Km. 14, Medari, Desa Caturharjo, Kecamatan Sleman
15	Gendol	Gendol, Desa Sumberejo, Kecamatan Tempel
16	Kemloko	Kemloko, Desa Caturharjo, Kecamatan Sleman
17	Pucung	Pucung, Desa Argomulyo, Kecamatan Cangkringan
18	Bronggang	Bronggang, Desa Argomulyo, Kecamatan Cangkringan
19	Pakem	Jl. Kaliurang Km. 17, Pakemtegal, Desa Pakembinangun, Kecamatan Pakem
20	Pasar Hewan Pakem	Pakemgede, Desa Pakembinangun, Kecamatan Pakem
21	Salakan	Salakan, Desa Selomartani, Kecamatan Kalasan
22	Kejambon	Kejambon, Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak

23	Jangkang	Jangkang, Desa Widodomartani, Kecamatan Ngemplak
24	Setum	Setum, Desa Sukoharjo, Kecamatan Ngaglik
25	Wonosari	Saren, Desa Wedomartani, Kecamatan Ngemplak
26	Denggung	Jl. Magelang Km. 7, Denggung, Desa Tridadi, Kecamatan Sleman
27	Gentan	Jl. Kaliurang Km. 10, Gentan, Desa Sinduharjo, Kecamatan Ngaglik
28	Condongcatur	Jl. Ringroad Utara, Desa Condongcatur, Kecamatan Depok
29	Sleman	Kalakijo I, Desa Triharjo, Kecamatan Sleman
30	Sleman Ledok	Wadas, Desa Tridadi, Kecamatan Sleman
31	Sambilegi	Jl. Solo Km. 9, Sambilegi, Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok
32	Pasar Hewan Prambanan	Jl. Solo Km. 16, Ledoksari, Desa Bokoharjo, Kecamatan Prambanan
33	Kenaran	Kenaran, Desa Sumberharjo, Kecamatan Prambanan
34	Tegalsari	Jl. Wonosari Km. 9, Tegalsari, Sendangtirto, Berbah
35	Potrojayan	Jl. Prambanan-Piyungan, Potrojayan, Desa Madurejo, Kecamatan Prambanan
36	Kalasan	Jl. Solo Km. 14, Glondong, Desa Tirtomartani, Kecamatan Kalasan
37	Prambanan	Jl. Solo Km. 16, Kranggan, Desa Bokoharjo, Kecamatan Prambanan
38	Kuliner Sardjito	Sendowo, Desa Sinduadi, Kecamatan Mlati
39	Resto Mrican	Mrican, Desa Caturtunggal, Kecamatan Depok

40	Kuliner dan Souvenir Monjali	Jl. Ringroad Utara, Nandan, Desa Sariharjo, Kecamatan Ngaglik
41	Manggung	Jl. Ringroad Utara, Manggung, Desa Condongcatur, Kecamatan Depok
42	Taman Kuliner Condongcatur	Condongcatur, Depok, Sleman

Adapun sampel dari penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria bahwa pasar tradisional yang akan diteliti adalah pasar tradisional dibawah naungan langsung Unit Pengelolaan Terpadu (UPT) yang menjadi penanggung jawab pengelolaan pasar di Kabupaten Sleman. Dengan pertimbangan bahwa pasar tradisional yang menjadi UPT merupakan pasar terbesar diwilayah tersebut.

Sehingga ditentukan bahwa sampel penelitian ini adalah pasar tradisional dibawah naungan UPT Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman. Jumlah UPT Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sleman adalah 5 UPT yang tersebar di seluruh Sleman (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sleman, 2015).

Untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dan mempertimbangkan model penelitian yang akan digunakan. Model dalam penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah model *Structural Equation Modelling* (SEM), dimana dalam SEM jumlah sampel yang ideal antara 100-200 Hair (2014) dan juga harus mempertimbangkan jumlah indikator yang ada dalam model. Hair (2009) lebih lanjut mengatakan untuk penentuan jumlah sampel

dapat berjumlah 5-10 dari jumlah indikator. Dalam penelitian ini terdapat 36 indikator sehingga jumlah sampel bisa berkisar antara 150-300 responden.

Adapun perincian responden adalah sebagai berikut. Dari 5 UPT yang ditentukan sebagai sampel, responden yang dipilih merupakan pengurus paguyupan pedagang dan pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman di bidang pengelolaan pasar terkait yang dibagi dalam 5 UPT. Untuk mempertajam analisis maka peneliti akan mengambil 200 sampel. Adapun perincian responden adalah sebagai berikut:

Tabel III.2
Data Responden

NO	UPT	NAMA PASAR	JUMLAH RESPONDEN
1	UPT Wilayah 1	Kebonagung	40
		Ngijon	
		Godean	
		Kuliner Belut	
		Balangan	
		Ngino	
		Cebongan	
		Gamping	
		Srowolan	
2	UPT Wilayah 1	Ngablak	40
		Turi	
		Tempel Induk	
		Tempel Buah	

		Medari	
		Gendol	
		Kemloko	
		Pucung	
		Bronggang	
		Pakem	
		Pasar Hewan Pakem	
		Salakan	
3	UPT Wilayah 1	Kejambon	40
		Jangkang	
		Setum	
		Wonosari	
		Denggung	
		Gentan	
		Condongcatur	
		Sleman	
		Sleman Ledok	
		Sambilegi	
4	UPT Wilayah 1	Pasar Hewan Prambanan	40
		Kenaran	
		Tegalsari	
		Potrojayan	
		Kalasan	
		Prambanan	
5	UPT Wilayah 1	Kuliner Sardjito	40
		Resto Mrican	

		Kuliner Monjali	
		Manggung	
		Taman Kuliner Condongcatur	

Dari table tersebut maka jumlah pengurus paguyuban dan UPT yang menjadi responden adalah 200 orang, sehingga jumlah responden dari penelitian ini adalah 200 responden.

3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Adapun sumber data yang penyusun gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama yaitu peneliti langsung memperoleh data dari sumbernya (Gani & Amalia, 2015). Data primer yang penyusun gunakan diambil dari hasil kuisisioner yang diberikan kepada responden.
2. Data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diambil dari sumber kedua. Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah data dari beberapa kajian pustaka dan laporan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sleman yang mengurus pasar tradisional di Sleman.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen yaitu *Green Supply Chain Management* dan Strategi Bersaing. Adapun indikator dan pengukuran masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

3.3.1 Green Supply Chain Management

Green Supply Chain Management adalah perluasan rantai pasokan secara tradisional. Ini berfokus pada elemen lingkungan sebagai dasar untuk mencapai tujuan manajemen rantai pasokan. Melalui daur ulang produk, pemanfaatan sistem sumber daya akan ditingkatkan dan dampak negatif terhadap lingkungan akan berkurang. GSCM bertujuan untuk mempromosikan pengembangan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi yang terkoordinasi dengan penekanan pada transformasi ramah lingkungan dari seluruh siklus hidup produk sambil meminimalkan konsumsi sumber daya dan dampak lingkungan dan pada saat yang sama juga dapat mengejar keuntungan. Adapun pengukuran pada *Green Supply Chain Management* adalah sebagai berikut Younis (2015):

Eco-design (ED) :

- Design produk yang digunakan dapat mengurangi konsumsi bahan / energy.
- Design Produk dapat didaur ulang atau digunakan kembali.
- Design produk tidak menggunakan bahan-bahan berbahaya.
- Design produk yang digunakan meminimalisir limbah yang ada.

Green Purchasing (GP) :

- Memberikan kriteria khusus kepada pemasok/supplier untuk syarat lingkungan untuk dibeli.
- Mengaudit lingkungan internal di pemasok.

- Melakukan Evaluasi ramah lingkungan di pemasok.
- Supplier / pemasok dipilih berdasarkan kriteria ramah lingkungan.

Environmental Cooperation (EC)

- Bekerja sama dengan supplier atau pemasok dan konsumen untuk menggunakan design yang ramah lingkungan.
- Bekerja sama dengan pemasok dan konsumen untuk menggunakan produk yang bersih.
- Bekerja sama dengan supplier atau pemasok dan konsumen untuk pengemasan yang ramah lingkungan.
- Bekerja sama dengan supplier atau pemasok dan konsumen untuk menggunakan sedikit energi.
- Bekerja bersama untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
- Melakukan perencanaan bersama untuk mengantisipasi dan menyelesaikan masalah terkait lingkungan.
- Membuat keputusan bersama dengan anggota rantai pasokan lain tentang cara mengurangi dampak dari lingkungan secara keseluruhan pada produk perusahaan tersebut.

Reverse logistics (RL)

- Menggunakan kembali kemasan yang digunakan.
- Menggunakan bahan remanufacturing.

- Memulihkan perusahaan untuk menggunkan produknya sekali pakai.

3.3.2 Strategi Bersaing

Perusahaan cenderung memilih strategi persaingan yang tepat untuk memaksimalkan kinerja suatu perusahaan, terutama dalam konteks yang sangat kompetitif sehingga dapat meningkatkan performa perusahaan (Chen & Liu, 2018). Indikator strategi bersaing dalam penelitian tersebut sebagai berikut (Ali et al., 2016):

Cost Leadership

- Harga lebih rendah dari pada pesaing
- Rata rata biaya produksi lebih rendah
- Kebijakan mengontrol ketat biaya yang keluar.
- Biaya dalam pemilihan bahan baku dan sistem distribusi

Differensiasi

- Melakukan upaya besar untuk membangun brand name yang kuat.
- Mengembangkan produk baru untuk membedakan dari pesaing.
- Mengintegrasikan teknologi dan fitur terbaru dalam produk pedagang.
- Membuat teknik pemasaran yang baru.
- Mencari peluang bisnis atau pasar baru dan dapat mendapatkan manfaat dari peluang pertumbuhan tersebut.
- Melakukan iklan dan pemasaran produk yang ada.
- Mengembangkan produk yang telah ada.

- Meningkatkan kinerja tim sales.

3.3.3 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan dapat digambarkan dalam berbagai aspek, baik dari aspek keuangan, produktifitas perusahaan, hingga kinerja karyawan. Akan tetapi dalam penelitian ini kinerja perusahaan diukur dengan kinerja wirausaha, kinerja bisnis dan tujuan strategis perusahaan. Adapun pengukurannya adalah sebagai berikut (Beheshtiet et al., 2014):

- UMKM mampu melakukan upaya pengurangan biaya
- Tingkat pengembalian modal tinggi
- Penjualan meningkat
- Asset memiliki tingkat pengembalian yang baik (Perbandingan pendapatan dan asset terus meningkat)
- UMKM memiliki likuiditas (uang kas) yang bagus
- Keuntungan bersih terus meningkat

3.4 Pengujian Hipotesis

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalitan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Metode yang digunakan untuk uji validitas adalah uji

korelasi pearson. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka bukti pernyataan dikatakan valid (Ghozali, 2013).

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan dalam uji validitas adalah korelasi *pearson product moment*. Instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas tinggi apabila mampu menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut.

3.4.1 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan dari kuesioner. Kuesioner yang realibel adalah kuesioner yang apabila dicoba secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Asumsinya, tidak terdapat perubahan psikologi pada responden (Ghozali, 2013).. Sedangkan Suliyanto (2006) mengatakan bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Uji relibilitas atau uji konsistensi suatu item pertanyaan dilakukan dengan membandingkan antara nilai Cronbach's Alpha, apabila Cronbach's Alpha $> 0,60$.

4.4 Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini akan dianalisis dengan metode *Structural Equation Model* (SEM). Analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di implementasikan. Teknik analisis digunakan untuk menginterpretasikan dan menganalisis data. Sesuai dengan model yang dikembangkan dalam penelitian ini maka alat analisis data yang digunakan adalah SEM (Structural Equation Modeling), yang dioperasikan melalui program AMOS 16.0 (Ferdianand, 2006). Menggunakan tahapan pemodelan dan analisis persamaan structural menjadi 7 langkah, yaitu:

1. Pengembangan model secara teoritis;
2. Menyusun diagram jalur;
3. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural;
4. Memilih matriks input untuk analisis data;
5. Menilai identifikasi model;
6. Menilai Kriteria Goodness-of-Fit;
7. Interpretasi estimasi mode

Berikut ini penjelasan secara detail mengenai masing-masing tahapan:

Langkah 1: Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Langkah pertama dalam pengembangan model SEM adalah mencari atau pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi terpenting yang kuat. Setelah itu, model tersebut divalidasi secara empirik melalui populasi program SEM. SEM tidak dipakai untuk menghasilkan hubungan kausalitas. Tetapi untuk membenarkan adanya kausalitas teoritis melalui data uji empirik (Ferdianand, 2006). Model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas antara 2 variabel yang diasumsikan peneliti bukan terletak pada metode analisis yang dipilih namun terletak pada justifikasi secara teoritis untuk mendukung analisis. Jadi jelas bahwa hubungan antar variabel dalam model merupakan deduksi dari teori. Tanpa dasar teoritis yang kuat SEM tidak dapat digunakan.

Langkah 2 & 3: Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan struktural

Langkah berikutnya adalah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan menyusun persamaan struktural. Ada 2 hal yang perlu dilakukan yaitu menyusun model struktural yaitu dengan menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen menyusun suatu dan menentukan model yaitu menghubungkan konstruk lahan endogen atau eksogen dengan variabel indicator atau manifest.

Langkah 4: Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan

Model persamaan struktural berbeda dari teknik analisis multivariate lainnya. SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian atau kovarian atau metrik korelasi. Data untuk observasi dapat dimasukkan dalam AMOS, tetapi program AMOS akan merubah dahulu data mentah menjadi matrik kovarian atau matrik korelasi. Analisis terhadap data outline harus dilakukan sebelum matrik kovarian atau korelasi dihitung. Teknik estimasi dilakukan dengan dua tahap, yaitu Estimasi Measurement Model digunakan untuk menguji undimensionalitas dari konstruk-konstruk eksogen dan endogen dengan menggunakan teknik Confirmatory Factor Analysis dan tahap Estimasi Structural Equation Model dilakukan melalui full model untuk melihat kesesuaian model dan hubungan kusalitas yang dibangun dalam model ini.

Langkah 5: Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama proses estimasi berlangsung dengan program komputer, sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau meaningless dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi adalah ketidakmampuan proposed model untuk menghasilkan unique estimate. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi:

- a) Adanya nilai standar error yang besar untuk 1 atau lebih koefisien.

- b) Ketidakmampuan program untuk invert information matrix.
- c) Nilai estimasi yang tidak mungkin error variance yang negatif.
- d) Adanya nilai korelasi yang tinggi ($> 0,90$) antar koefisien estimasi.

Jika diketahui ada problem identifikasi maka ada tiga hal yang harus dilihat: (1) besarnya jumlah koefisien yang diestimasi relatif terhadap jumlah kovarian atau korelasi, yang diindikasikan dengan nilai degree of freedom yang kecil, (2) digunakannya pengaruh timbal balik atau respirokal antar konstruk (model non recursive) atau (3) kegagalan dalam menetapkan nilai tetap (fix) pada skala konstruk.

Langkah 6: Menilai Kriteria Goodness-of-Fit

Pada langkah ini dilakukan evaluasi terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria Goodness-of-Fit, urutannya adalah:

1. Normalitas data
2. Outliers
3. Multicollinearity dan singularity

Beberapa indeks kesesuaian dan cut-off untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak adalah:

1. Likelihood Ratio Chi square statistic (χ^2)

Ukuran fundamental dari overall fit adalah likelihood ratio chi square (χ^2). Nilai chi square yang tinggi relatif terhadap degree of freedom menunjukkan bahwa

matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata ini menghasilkan probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikansi (q). Sebaliknya nilai chi square yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih besar dari tingkat signifikansi (q) dan ini menunjukkan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan. Dalam hal ini peneliti harus mencari nilai chi square yang tidak signifikan karena mengharapkan bahwa model yang diusulkan cocok atau fit dengan data observasi. Program AMOS 16.0 akan memberikan nilai chi square dengan perintah `\cmin` dan nilai probabilitas dengan perintah `\p` serta besarnya degree of freedom dengan perintah `\df`. Significaned Probability: untuk menguji tingkat signifikan model.

2. RMSEA

RMSEA (The root Mean Square Error of Approximation), merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik chi square menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima. Hasil uji empiris RMSEA cocok untuk menguji model strategi dengan jumlah sampel besar. Program AMOS akan memberikan RMSEA dengan perintah `\rmsea`.

3. GFI

GFI (Goodness of Fit Index), dikembangkan oleh Joreskog & Sorbon, 1984; dalam Ferdinand, 2006 yaitu ukuran non statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (poor fit) sampai 1.0 (perfect fit). Nilai GFI tinggi menunjukkan fit yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak

belum ada standarnya, tetapi banyak peneliti menganjurkan nilai-nilai diatas 90% sebagai ukuran Good Fit. Program AMOS akan memberikan nilai GFI dengan perintah \gfi.

4. AGFI

AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index) merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan ratio degree of freedom untuk proposed model dengan degree of freedom untuk null model. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau > 0.90 . Program AMOS akan memberikan nilai AGFI dengan perintah \agfi.37

5. CMIN / DF

Adalah nilai chi square dibagi dengan degree of freedom. Menurut Imam Ghozali (2008), mengusulkan nilai ratio ini < 2 merupakan ukuran Fit. Program AMOS akan memberikan nilai CMIN / DF dengan perintah \cmindf.

6. TLI

TLI (Tucker Lewis Index) atau dikenal dengan nunnormed fit index (nnfi). Ukuran ini menggabungkan ukuran persimary kedalam indek komposisi antara proposed model dan null model dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1.0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau > 0.90 . Program AMOS akan memberikan nilai TLI dengan perintah \tli.

7. CFI

Comparative Fit Index (CFI) besar indeks tidak dipengaruhi ukuran sampel karena sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Indeks sangat

di anjurkan, begitu pula TLI, karena indeks ini relative tidak sensitive terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi kerumitan model nilai CFI yang berkisar antara 0-1. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat kesesuaian yang lebih baik.

Measurement Model Fit Setelah keseluruhan model fit dievaluasi, maka langkah berikutnya adalah pengukuran setiap konstruk untuk menilai uni dimensionalitas dan reliabilitas dari konstruk. Uni dimensiolitas adalah asumsi yang melandasi perhitungan realibilitas dan ditunjukkan ketika indikator suatu konstruk memiliki acceptable fit satu single factor (one dimensional) model. Penggunaan ukuran Cronbach Alpha tidak menjamin uni dimensionalitas tetapi mengasumsikan adanya uni dimensiolitas. Peneliti harus melakukan uji dimensionalitas untuk semua multiple indicator konstruk sebelum menilai reliabilitasnya.

Pendekatan untuk menilai measurement model adalah untuk mengukur composite reliability dan variance extracted untuk setiap konstruk. Reliability adalah ukuran internal consistency indikator suatu konstruk. Internal reliability yang tinggi memberikan keyakinan bahwa indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya. Tingkat reliabilitas < 0.70 dapat diterima untuk penelitian yang masih bersifat eksploratori. Reliabilitas tidak menjamin adanya validitas. Validitas adalah ukuran sampai sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur apa yang hendak ingin diukur. Ukuran reliabilitas yang lain adalah variance extracted sebagai pelengkap variance extracted > 0.50 . Berikut ini rumus untuk menghitung construct reliability dan variance extracted.

$$\text{Construct reliability} = \frac{(\sum \text{loading baku})^2}{(\sum \text{loading baku})^2 + \sum e_j}$$

$$\text{Variance extracted} = \frac{\sum (\text{loading baku})^2}{\sum (\text{loading baku})^2 + \sum e_j}$$

Langkah 7: Interpretasi dan Modifikasi Model

Pada tahap selanjutnya model diinterpretasikan dan dimodifikasi. Setelah model diestimasi, residual kovariansnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi kovarians residual harus bersifat simetrik. Batas keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model adalah 1%. Nilai residual value yang lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statis pada tingkat 1% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya prediction error yang substansial untuk dipasang indikator.

Tabel: III.3
Comparative Fit Index

Goodness Of Fit Indeks	Cut-Off Value
Chi-square	≤ 56.942
Probability	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95