

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan subjek penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak di bidang Manufaktur yang berada di Kabupaten Bantul. Subjek penelitiannya adalah pemilik atau pengelola dari UKM tersebut.

B. Sumber Data

Peneliti akan menggunakan data primer, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Data primer meliputi:
 - a. Kuisisioner

Teknik ini memberikan tanggungjawab kepada pemilik atau pengelola UKM untuk membaca dan menjawab pertanyaan yang ada di kuisisioner. Penyebaran kuisisioner pada penelitian ini sejumlah 155 responden.

C. Metode Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi, Menurut Ferdinand (2006) populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang

menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Usaha Kecil Menengah (UKM) bidang Manufaktur di Kabupaten Bantul.

Sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikuno,2006), Menurut Sugiono (2004) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu penarikan sampel yang dilakukan memilih UKM berdasarkan kriteria spesifik yang telah ditetapkan. Peneliti menggunakan kriteria yang ditetapkan sebagai berikut:

1. Usaha Kecil Menengah yang bergerak dibidang Manufaktur di Kabupaten Bantul.
2. Yang menjadi responden adalah Pemilik atau Pengelola dari UKM tersebut.
3. UKM yang sudah mendapat IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil).

IUMK merupakan program pemerintah dalam rangka memberikan kemudahan bagi pelaku UKM yang dapat digunakan sebagai syarat mengajukan peminjaman modal yang difasilitasi

pemerintah dan memberikan kepastian usaha dan jaminan dalam berusaha.

4. Usaha Kecil Menengah yang minimal sudah beroperasi selama 2 tahun.
5. Usaha Kecil Menengah yang memiliki jumlah tenaga kerja minimum 5 orang.

Sampel dalam penelitian ini adalah Usaha Kecil Menengah yang bergerak pada bidang Manufaktur di Kabupaten Bantul dengan total populasi dari penelitian tersebut adalah ± 16.000 yang dipublikasikan (DISPERINDAGKOP, 2017), ada 572 UKM yang memenuhi kriteria, Menurut Ferdinand (2006) penentuan jumlah sampel untuk analisis SEM menggunakan rumus jumlah yang digunakan 5-10 kali jumlah variabel (indikator) dari keseluruhan variabel laten. Dalam penelitian ini jumlah variabel laten (indikator) 30 item, menurut Hair et.al dalam Ferdinand (2006) untuk memenuhi syarat analisis dengan metode SEM yaitu antara 100-200 responden (Ferdinand, 2006), sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden.

Sampel sebanyak 150 responden di ambil dari sejumlah unit usaha yang bergerak dibidang manufaktur seperti produksi kerajinan, makanan, minuman, tas, sepatu, kerupuk kulit, garmen, percetakan dan sebagainya yang berada di Kabupaten Bantul.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdiri dari 5 variabel, yakni terdiri dari:

1. Faktor Strategik
2. Faktor Taktis
3. Faktor Operasional
4. Kinerja Finansial
5. Kinerja Non-Finansial

Ke lima variabel diatas digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Salaheldin (2008), berikut penjelasan masing-masing indikator :

a. Variabel Faktor Strategik dijelaskan melalui 6 indikator yang terdiri dari :

- 1) Komitmen manajemen puncak, perencanaan (dorongan, petunjuk), pelaksanaan (penyebaran, dukungan, partisipasi), pemeriksaan (inspeksi), dan tindakan (pengakuan, komunikasi, revisi) (Hashmi, 2004)
- 2) Kepemimpinan, Kepemimpinan adalah suatu proses mempengaruhi kegiatan-kegiatan sekelompok orang yang terorganisasi dalam usaha mereka menetapkan dan mencapai tujuan. (Ralph M. Stogdill dalam Sutarto, 1998)
- 3) Tujuan dan kebijakan kualitas, kebijakan mutu adalah kebijakan resmi dan tertulis dari pimpinan puncak perusahaan tentang komitmen perusahaan dalam memperhatikan dan

mempertimbangkan aspek-aspek mutu dalam aktifitas keseharian organisasi atau perusahaan.

- 4) *Benchmarking*, sebagai suatu proses pengukuran terus menerus atas produk, jasa dan tata cara yang dilakukan sebuah perusahaan terhadap pesaing yang terkuat atau badan usaha lain yang dikenal sebagai yang terbaik.
- 5) Budaya organisasi, menjelaskan bahwa budaya organisasi menyangkut bagaimana para anggota melihat organisasi tersebut, bukan menyangkut apakah para anggota organisasi menyukainya atau tidak, karena para anggota menyerap budaya organisasi berdasarkan dari apa yang mereka lihat atau dengar di dalam organisasi (Robbins, 2002).
- 6) Perbaikan berkelanjutan merupakan suatu upaya strategis, sistematis dan terencana dalam mencapai sasaran akhir mutu yang ditargetkan.

b. Variabel Faktor Taktis dijelaskan melalui 8 indikator yang terdiri dari :

- 1) Pemberdayaan tenaga kerja, merupakan hubungan antar personal yang berkelanjutan untuk membangun kepercayaan antar karyawan dan manajemen (Khan , 1997)
- 2) Keterlibatan tenaga kerja, sebagai tingkat sampai sejauh mana individu mengidentifikasi dirinya dengan pekerjaannya,

secara aktif berpartisipasi di dalamnya dan menganggap performansi yang dilakukannya penting untuk keberhargaannya (Hiriyappa, 2009)

- 3) Pelatihan tenaga kerja, sebagai suatu cara yang digunakan untuk memberikan atau meningkatkan ketrampilan yang dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan (Panggabean, 2004).
- 4) Pembentukan tim kerja, bentuk kerja dalam kelompok yang harus diorganisasi dan dikelola dengan baik (Dewi, 2007)
- 5) Penggunaan teknologi informasi, suatu studi, perancangan, implementasi, pengembangan, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, terkhususnya pada aplikasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer.
- 6) Kualitas pemasok, pemasok berperan penting dalam menentukan mutu produk, biaya, pengembangan produk dan akses pembiayaan bagi perusahaan.
- 7) Hubungan pemasok, Sebuah pendekatan yang komprehensif untuk mengelola interaksi antara organisasi dengan perusahaan yang memasok produk dan jasa yang digunakan oleh organisasi (Mettler and Rohner, 2009)

- 8) Penilaian terhadap kinerja pemasok, memilih atau mengevaluasi pemasok merupakan kegiatan strategis terutama apabila pemasok tersebut akan memasok *item* yang kritis (I Nyoman Pujawan, 2005)

c. Variabel Faktor Operasional dijelaskan melalui 8 indikator yang terdiri dari :

- 1) Desain produk dan jasa, Desain yang baik yaitu sebuah desain yang dapat diproduksi sesuai permintaan dan mengoptimalkan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan.
- 2) Pengendalian proses, suatu proses yang digunakan untuk memonitor standar dengan menetapkan pengukuran dan tindakan korektif atau suatu produk atau jasa yang dihasilkan.
- 3) Manajemen hubungan pelanggan, suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggannya.
- 4) Orientasi pelanggan, berorientasi pada pelanggan dan pesaing adalah salah satu metode yang dapat digunakan apabila perusahaan ingin unggul dalam persaingan. (Craven, 2003)
- 5) Pengetahuan pelanggan dan pasar, Semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut.

- 6) Jadwal implementasi TQM, Ada 5 tahap transformasi yang dilalui suatu perusahaan, yaitu kesadaran awal, implementasi subbagian, aktivitas estensif, hasil-hasil nyata dan terbaik dalam industri dengan karakteristik setiap tahap (Cortado, 1993)
- 7) Konservasi dan utilisasi sumber daya, Konservasi sebagai penggunaan Sumber Daya untuk kebaikan optimal, dalam jumlah yang terbanyak dan untuk jangka waktu yang paling lama (Gifford Pinchot, 2001).
- 8) Inspeksi dan pengecekan kerja, Inspeksi dapat berupa pengukuran, pengecepan, penyentuhan, penimbangan, percobaan produk, tujuannya untuk mendeteksi proses buruk secepatnya.

d. Variabel Kinerja Finansial dijelaskan melalui 4 indikator yang terdiri dari :

- 1) Pertumbuhan pendapatan, pertumbuhan pendapatan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan keuntungan yang konsisten dianggap penting bagi perusahaan yang dijual ke publik melalui saham untuk menarik investor.

- 2) Laba bersih, Laba bersih merupakan selisih antara total pendapatan dikurangi dengan total biaya (Mamduh M.Hanafi dan Abdul Halim, 2009)
- 3) Rasio laba terhadap pendapatan, merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Syafri, 2008)
- 4) Pengembalian aset, berguna dalam evaluasi manajemen, analisis profitabilitas, serta perencanaan dan pengendalian.

e. Variabel Kinerja Non-Finansial dijelaskan melalui 5 indikator yang terdiri dari :

- 1) Investasi dalam penelitian dan pengembangan, rangkaian proses atau langkah-langkah dalam rangka mengembangkan produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada agar dapat dipertanggungjawabkan.
- 2) Kemampuan membangun profil perusahaan yang bersaing, Kemampuan mengeksploitasi secara baik sumber daya yang dimiliki dalam diri maupun di dalam organisasi, serta potensi diri untuk menjalankan aktivitas tertentu ataupun serangkaian aktivitas (Amir, 2011).

- 3) Pengembangan produk baru, Pengembangan produk yang optimal juga bergantung pada integrasi yang sukses dari 10 keputusan MO dari desain hingga pemeliharaan produk.
- 4) Pengembangan pasar, Upaya yang dilakukan ketika pasar lama sudah jenuh, stabil, maka bisa melakukan upaya untuk membuka di pasar yang baru.
- 5) Orientasi pasar, Sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dapat menghasilkan suatu yang terbaik bagi pembeli (Narver dan Slater, 1994).

E. Metode Analisis Data

Analisis data dapat dibagi menjadi dua:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Analisis deskriptif berupaya untuk memperoleh deskripsi yang lengkap dan akurat dari suatu situasi.

Analisis deskriptif digunakan untuk mengemukakan hasil penelitian mengenai pengaruh faktor strategik, faktor taktis dan faktor operasional terhadap kinerja organisasi UKM. Data dikumpulkan meliputi data primer yang diperoleh dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap responden di Kabupaten Bantul dilengkapi dengan

data atau dokumen yang diperoleh dari perpustakaan, BPS, DISPERINDAGKOP dan instansi terkait.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah metode yang didasarkan pada analisis variabel-variabel yang dapat dinyatakan dengan jelas atau menggunakan rumus yang pasti.

Pengujian terhadap pengaruh faktor strategik, faktor taktis dan faktor operasional terhadap kinerja organisasi pada UKM analisis data dilakukan dengan metode SEM dengan program *Analysis Moment of Structural* (Amos) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. SEM merupakan teknik analisis *multivariate* yang merupakan gabungan antara analisis faktor dan analisis jalur. Analisis faktor digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas suatu instrumen (skala pengukuran), sedangkan analisis jalur digunakan untuk menguji hubungan antar variabel.

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Uji validitas dan Reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur kelayakan instrumen yang akan digunakan untuk penelitian.

1. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua pernyataan (instrumen) penelitian yang diajukan untuk mengukur variabel penelitian

adalah valid. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang dikur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2011). Apabila p value $>0,05$ maka hasil penelitian dinyatakan valid dan apabila p value $<0,05$ maka hasil penelitian dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi dari kuesioner yang dibuat, apakah kuesioner itu dapat digunakan berulang kali dan menghasilkan data yang konsisten ataukah tidak (Basuki dan Yuliadi, 2014). Pengujian reliabilitas merupakan alat untuk mengukur indikator dari konstruk atau variabel. Di dalam pengujian reliabilitas, peneliti menggunakan metode statistik *Construct Reliability* (CR) dengan signifikan yang digunakan sebesar $>0,7$ jika nilai *Construct Reliability* dari suatu variabel $>0,7$ jadi butir pertanyaan yang telah diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai begitu juga sebaliknya jika nilai *Construct Reliability* dari suatu variabel $<0,7$ maka reliabilitasnya kurang memadai (Ghozali, 2014).

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Analisis data dan interpretasi dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena tertentu. Analisis data merupakan upaya untuk mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat

mudah dipahami dan diimplementasikan. Untuk menganalisis data harus menggunakan metode yang sesuai dengan variabel dan pola penelitian yang akan diteliti.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* atau SEM yang dioperasikan menggunakan program AMOS. Menurut Ferdinand (2002) *Structural Equation Model* atau SEM merupakan sekumpulan teknik statistika yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan secara simultan.

Menurut Hair et.al dalam Ghazali (2014) terdapat 7 langkah yang perlu dilakukan apabila menggunakan Structural Equation Model (SEM) yaitu:

1. Pengembangan model secara teoritis
2. Pengembangan diagram alur (*Path Diagram*)
3. Mengubah diagram alur menjadi persamaan struktural
4. Memilih jenis matrik input untuk menganalisis data
5. Menilai identifikasi model
6. Mengevaluasi estimasi model
7. Interpretasi terhadap model

Berikut ini merupakan penjelasan secara detail mengenai masing-masing tahapan:

1. Pengembangan model secara teoritis

Langkah pertama dalam SEM adalah melakukan identifikasi secara teoritis terhadap permasalahan penelitian, topik penelitian ditelaah secara mendalam dan hubungan antara variabel-variabel yang akan

dihipotesiskan harus didukung oleh justifikasi teori yang kuat. Hal ini dikarenakan SEM adalah untuk mengkonfirmasi apakah data observasi sesuai dengan teori atau tidak.

2. Pengembangan diagram alur (*Path Diagram*) untuk menunjukkan kausalitas (sebab akibat).

Langkah kedua adalah menggambarkan kerangka penelitian dalam sebuah diagram alur (*Path Diagram*) yang akan memudahkan peneliti untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang akan diuji. Biasanya peneliti bekerja dengan *factor* atau *construct* yaitu konsep-konsep yang mempunyai pijakan teoritis yang cukup untuk menjelaskan berbagai bentuk hubungan. Konstruksi-konstruksi dalam diagram alur dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Konstruk eksogen dikenal dengan *source variable* atau *independent variable* yang tidak diprediksi oleh variabel-variabel lain yang terdapat dalam model. Sedangkan konstruk endogen merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk, tetapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

3. Mengubah diagram alur menjadi persamaan struktural

Langkah ketiga adalah mengkonversikan diagram alur ke dalam persamaan, baik persamaan struktural maupun persamaan model pengukuran.

Persamaan yang akan diukur adalah :

- a. Persamaan-persamaan struktural yang dibangun berdasarkan pedoman sebagai berikut:

<i>Variabel Endogen : Variabel Eksogen + Variabel Endogen + Error</i>
--

b. Persamaan spesifikasi model pengukuran yaitu menentukan variabel mana konstruk mana, serta menentukan serangkaian matrik yang akan menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar variabel atau konstruk. Komponen-komponen ukuran mengidentifikasi variabel laten dan komponen-komponen struktural untuk mengevaluasi hipotesis hubungan kausal. Antara variabel laten pada model kasual dan menunjukkan sebuah pengujian seluruh hipotesis dari sebuah model sebagai suatu keseluruhan.

4. Memilih jenis matrik input untuk menganalisis data

Menurut Hair et.al (1996) SEM menggunakan matrik kovarian atau matrik korelasi untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matrik kovarian digunakan karena memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda dan tidak dapat disajikan oleh korelasi. Teknik estimasi dilakukan dengan dua tahap, yaitu estimasi *measurement model* digunakan untuk menguji undimensionalitas dari kontruks-kontruks eksogen dan endogen dengan menggunakan teknik *confirmatory factor analysis* dan tahap estimasi SEM dilakukan melalui *full model* untuk melihat kesesuaian model dan hubungan kausalitas yang dibangun pada model penelitian.

5. Menilai identifikasi model

Beberapa cara untuk melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi. Analisis SEM hanya dapat dilakukan apabila

hasil identifikasi model menunjukkan bahwa model termasuk dalam kategori *over-identified*. Identifikasi ini dilakukan dengan melihat nilai df dari model yang dibuat.

6. Mengevaluasi estimasi model

Langkah keenam ada beberapa kriteria Evaluasi Model Struktural yaitu:

a. Ukuran sampel

Pengukuran dalam model SEM ukuran sampel yang harus dipenuhi yaitu minimal 100, hasil pengolahan data dapat dipengaruhi oleh besarnya ukuran sampel yang digunakan. Ukuran sampel dapat memberikan dasar dalam mengestimasi *sampling error*, selain itu ukuran sampel juga mempunyai peran dalam interpretasi hasil SEM. Untuk ukuran sampel antara 100-200 harus menggunakan metode *maximum likelihood*.

b. Uji Normalitas data

Uji normalitas data ini bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, pengujian ini perlu dilakukan baik untuk data yang bersifat tunggal (*univariate*) maupun normalitas seluruh data (*multivariate*). Di dalam output AMOS, uji normalitas dilakukan dengan membandingkan nilai CR (*critical ratio*) pada *assessment of normality* dengan kritis $\pm 2,56$ pada level 0,01. Jika muncul nilai CR yang lebih besar dari nilai kritis maka distribusi data tersebut tidak normal secara *univariate*.

Sedangkan secara *multivariate* dapat dilihat pada c.r baris terakhir dengan ketentuan yang sama (Ghozali, 2016).

c. Uji *Outliers*

Uji *outliers* merupakan observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara *univariate* maupun *multivariate*. Ketika data terjadi *outliers* maka data tersebut bisa dihapuskan atau dikeluarkan dari analisis. Evaluasi terhadap *multivariate outliers* dapat dilihat melalui output AMOS **Mahalanobis Distance**. Kriteria yang digunakan pada tingkat $p < 0.001$. Jarak tersebut dievaluasi dengan menggunakan X^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel terukur yang digunakan dalam penelitian.

7. Interpretasi terhadap model

Untuk melakukan kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness-of-fit*. Langkah pertama adalah dengan mengevaluasi apakah data yang digunakan memenuhi asumsi-asumsi SEM yaitu ukuran normal sampel, normalitas, linearitas, dan *outliers*. Setelah itu melakukan uji kesesuaian dan uji statistik, beberapa indeks kesesuaian dan cut-off valuenya yang digunakan untuk menguji apakah sebuah model diterima atau ditolak yaitu:

a. X^2 – *Chi-square Statistic*

Suatu model yang diuji dapat dikatakan baik atau memuaskan apabila nilai *Chi-square*nya rendah. Semakin kecil nilai X^2 maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas

dengan cut-off value sebesar $p > 0,05$ atau $p > 0,10$ (Hulland et.al.1996).

b. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Aproximation*)

Merupakan ukuran untuk mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *Chi-square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0,05 sampai 0,08 adalah ukuran yang dapat diterima. Hasil uji empiris RMSEA cocok digunakan untuk menguji model konfirmatori atau *competing model strategy* dengan jumlah sampel yang besar (Ghozali, 2014).

c. GFI (*Goodness of Fit Index*)

Merupakan ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1 (*perfect fit*). Nilai GFI yang tinggi dapat menunjukkan *fit* yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya, tetapi banyak peneliti menganjurkan nilai $> 0,90$ sebagai ukuran *good fit* (Ghozali, 2014).

d. AGFI (*Adjusted Goodness Fit Index*)

AGFI adalah GFI yang disesuaikan dengan rasio antara *degree offreedom* atau *proposed model* yang diusulkan dan *degree of freedom* dari *null model*. Tingkat yang direkomendasikan $\geq 0,80$ sebagai ukuran *good fit*.

e. CMIN/DF

CMIN/DF merupakan indeks kesesuaian parsimoni yang mengukur *goodness of fit model* dengan jumlah koefisien-koefisien estimasi yang diharapkan untuk mencapai kesesuaian. Dalam Ghazali (2011) merekomendasikan nilai rasio < 2 merupakan ukuran fit.

f. TLI (*Tucker Lewis Index*)

Ukuran ini menggabungkan ukuran *parsimony* ke dalam indeks komparasi antara *proposed model* dan *null model* dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah $\geq 0,90$ hal ini menunjukkan model penelitian fit.

g. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI merupakan indeks yang relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kerumitan model. Nilai rentang sebesar 0 sampai 1, apabila mendekati 1 menggambarkan bahwa tingkat *fit* yang paling tinggi atau *good fit*.