

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek dan Subjek Penelitian

##### 3.1.1. Variabel

Dalam melakukan penelitian ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, namun yang pertama harus diperhatikan adalah topik penelitian yang akan diteliti, karena topik ini akan mencakup kesulitan-kesulitan yang akan dijadikan bahan penelitian untuk mencari solusi. untuk masalah. Objek penelitian adalah penjelasan tentang apa atau siapa yang diteliti (2013:18) dan dimana dan kapan penelitian itu dilakukan. Penambahan item lain adalah opsional. Variabel-variabel yang diteliti peneliti di lokasi penelitian menurut Supriati (2015:44) adalah apa yang didefinisikan oleh Supriati sebagai objek penelitian.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan tujuan ilmiah yang akan dibahas dalam rangka mengumpulkan informasi dan data untuk tujuan tertentu. Ada enam faktor yang menjadi subjek penelitian ini, dan akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Lingkungan eksternal sebagai variabel laten eksogen dalam penelitian ini, menggunakan dimensi dan indikator yang dipaparkan oleh para ahli di atas, maka dimensi dan indikator lingkungan eksternal dalam penelitian ini menggunakan dimensi dan indikator yang dikeluarkan oleh (Thomas L. Wheelen et al., 2018), (Akpviroro & Olalekan owotutu, 2019) dan (Teryisa & Shakpande, 2017) yaitu *socia*
2. Lingkungan internal sebagai variabel laten eksogen dalam penelitian ini menggunakan dimensi dari (Thomas L. Wheelen et al., 2018) yaitu *organizational value* dan *leadership value*
3. *Value driven strategy* merupakan variabel intervening dalam penelitian ini yang menggunakan dimensi dari (Piercy & Cravens, 2000) yaitu *management vision, market sensing, differentiating capability, relationship strategy, reinvented organization strategy*.

4. *Religious value program* merupakan variabel intervening dalam penelitian ini yang menggunakan dimensi dari (Wheelen & Hunger, 2015) yaitu program, *budget* dan *procedure*.
5. *Religiosity atmosphere* merupakan variabel intervening dalam penelitian ini yang menggunakan dimensi dari (Ateeq-ur-Rehman & Shabbir, 2010) dan (Justina Victor, 2008) yaitu *ideological dimension*, *intellectual dimension*, *ritualistic dimension*, *experimental dimension*, dan *consequential dimension*.
6. Kinerja bisnis sebagai variabel laten endogen dalam penelitian ini menggunakan dimensi (Kim et al., 2021) yang memperhatikan kinerja bisnis dalam sektor konstruksi yaitu 1) *finance* atau keuangan, 2) *costumer* atau konsumen, 3) *internal process* atau proses Internal, dan 4) *learning and growth* atau pertumbuhan.

### 3.1.2. Unit Analisis

Perusahaan konstruksi yang tergabung dalam Gabungan Nasional Pelaksana Konstruksi (Gapensi) yang merupakan Gabungan Jasa Konstruksi Nasional dengan unit analisis dalam penelitian yaitu perusahaan konstruksi baja yang tergabung dalam perkumpulan masyarakat profesional yang keanggotaannya bersifat pribadi atau badan usaha yang disebut *Indonesian Society of Steel Construction* (ISSC) dimana yang dijadikan unit observasi atau responden dalam penelitian ini mewakili perusahaan masing-masing karena mereka mengetahui kondisi perusahaan secara menyeluruh diantaranya eksekutif perusahaan, perwakilan perusahaan, atau perwakilan perusahaan.

### 3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Metode kuantitatif merupakan metode yang dianggap utuh dan aplikatif karena memenuhi semua persyaratan dalam pengujian hubungan sebab-akibat, yang mana mampu menggunakan pengumpulan data numerik dan analisis matematis untuk memahami fenomena tertentu (Afriana et al., 2022). Adapun pendekatan deskriptif verifikatif berfungsi untuk mengumpulkan data

dengan tujuan untuk menggambarkan kondisi variabel saat ini serta mengetahui pengaruh atau faktor penghubung antar variabel dalam penelitian (Nassaji, 2015).

Variabel pada penelitian ini yaitu lingkungan eksternal, lingkungan internal, *religious value*, *religiousity atmosphere*, dan kinerja perusahaan semuanya disurvei dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif. Prosedur dimana dukungan hipotesis diperiksa, dikonfirmasi, dan diverifikasi. Istilah proses mengacu pada kontrol yang ada selama proses penelitian untuk menjamin validitas dan ketergantungan data (Semenov et al., 2015).

Metode penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Menurut Malhotra (2013:250) *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari seluruh populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari seluruh populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Adapun dalam mengevaluasi model penelitian ini menggunakan metode analisis SEM-PLS, dimana tentunya bertujuan untuk menilai hubungan dan pengaruh antar variabel yang akan diteliti yang didahului dengan proses penyebaran kuesioner, dalam rangka pengumpulan informasi melalui penelitian untuk mengidentifikasi suatu fenomena atau kecurigaan terhadap suatu masalah.

Berdasarkan waktu pelaksanaannya, studi ini menggunakan *cross section*, karena pengumpulan data, pengolahan, analisis, dan penarikan kesimpulan akhir atas fenomena yang terjadi semuanya diselesaikan dalam satu kerangka waktu.

### **3.3 Operasionalisasi Variabel**

Variabel penelitian sebagai setiap atribut, sifat, atau nilai seseorang, benda, atau kegiatan yang memiliki perubahan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian disimpulkan. Variabel laten dan manifes adalah dua kategori variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel laten harus diukur melalui variabel manifes karena tidak dapat diamati atau diukur secara langsung. Dalam situasi ini, mengoperasionalkan variabel yang mungkin mewakili variabel laten ini diperlukan. Variabel manifes adalah faktor yang dapat diukur secara langsung;

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dengan kata lain, mereka adalah indikator (pengukuran) dari variabel laten (Byrne, 2010). Variabel laten yang disebut juga dengan konstruk dalam konteks ini adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung tetapi diukur melalui dimensi dan indikator. Setiap variabel diukur pada skala interval. Berdasarkan operasionalisasi variabel, yang dapat didefinisikan sebagai berikut, masing-masing variabel penelitian (laten dan manifes) diukur.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
<b>Lingkungan Eksternal</b>  Pengaturan di luar perusahaan yang mempengaruhi operasinya secara langsung atau tidak langsung (Munizu et al., 2019),	<i>Regulation Government</i>	Efektivitas kebijakan pemerintah mengenai bahan baku	Interval	1
		Efektivitas kebijakan pemerintah mengenai tenaga kerja	Interval	2
	<i>Social Culture</i>	Nilai kebersamaan sosial pada lingkungan masyarakat (seperti tolong menolong, gotong royong, dal lainnya)	Interval	3
		Nilai religi pada lingkungan masyarakat (seperti: nilai keagamaan, keyakinan kepada agama, ketatatan menjalankan ibadah. dll)	Interval	4
	<i>Customer</i>	Keanekaragaman adat istiadat dan budaya serta kebiasaan masyarakat yang heterogen	Interval	5
		Jumlah konsumen yang membutuhkan industri baja	Interval	6
		Kemampuan konsumen untuk berpindah ke perusahaan industri baja lainnya	Interval	7
	<i>Competitor</i>	Pertumbuhan kekuatan pesaing pada industri baja	Interval	8
		Rivalitas / persaingan antar perusahaan pada industri baja di era pandemi	Interval	9
		Kekuatan pesaing dilihat dari kualitas yang dihasilkan dan <i>brand Image</i> perusahaan	Interval	10
<b>Lingkungan Internal</b>	<i>Integrity</i>	Tingkat kepercayaan pegawai pada industri Baja	Interval	11
Semua faktor yang berasal dari dalam		Tingkat etika dan perilaku pegawai sesuai nilai etik perusahaan	Interval	12

Variabel	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
organisasi dan dipengaruhi serta dikelola oleh bisnis termasuk dalam lingkungan internal.  (Stefan et al., 2021)		Tingkat perilaku pegawai dalam memenuhi janji atas pekerjaan	Interval	13
		Tingkat perilaku pegawai dalam memenuhi harapan dan janji atas penyelesaian tugas/pekerjaan	Interval	14
		Tingkat perilaku pegawai yang menghargai satu sama lain tanpa melihat perbedaan	Interval	15
		Tingkat perilaku pegawai yang memperlakukan semua orang secara bermartabat	Interval	16
		Tingkat konsistensi pegawai dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaannya	Interval	17
		Tingkat keterbukaan pegawai dalam mengkomunikasikan masukan dan keluhan yang dihadapinya	Interval	18
		Tingkat kebersamaan pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan atau masalah yang dihadapi	Interval	19
		Tingkat keberanian pegawai untuk bertindak tegas demi kebaikan	Interval	20
		Tingkat keberanian pegawai dalam menegakan keadilan dan kebenaran	Interval	21
		Service		Komitmen untuk mementingkan kepentingan orang banyak dibandingkan kepentingan pribadi
Komitmen untuk mementingkan kepentingan orang banyak dibandingkan kepentingan pribadi	Interval			23
Wisdom		Tingkat perilaku pegawai dalam menyadari keterbatasan diri sendiri	Interval	24
		Tingkat keterbukaan pegawai dalam melihat berbagai persepektif yang berbeda	Interval	25
		Tingkat kemampuan pegawai dalam mengambil keputusan dengan menyeimbangkan berbagai kepentingan	Interval	26
Discipline		Tingkat perilaku pegawai untuk bekerja tepat waktu	Interval	27

Variabel	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
<b>Value Driven Strategy</b> Strategi berbasis nilai pada dasarnya adalah metode yang bergantung pada seberapa baik bisnis dapat menghasilkan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan (Piercy & Cravens, 2000)	<i>Teamwork</i>	Tingkat perilaku pegawai untuk menyelesaikan pekerjaan	Interval	28
		Kemampuan untuk memotivasi tim/orang lain	Interval	29
		Kemampuan untuk memberikan umpan balik yang jujur dan positif kepada tim/orang lain	Interval	30
		Kemampuan untuk mendengarkan berbagai pendapat dari tim/orang lain	Interval	31
	<i>Management Vision</i>	Perusahaan menetapkan strategi <i>core values</i> yang unik/berbeda dengan pesaing dan memiliki pandangan jauh ke depanPerusahaan	Interval	32
		Visi, misi dan <i>core values</i> perusahaan menjadi pendorong dan kunci keberhasilan perusahaan	Interval	33
		Tata Kelola manajemen perusahaan berbasis kepada <i>core values</i> yang dianut perusahaan	Interval	34
	<i>Market Sensing</i>	Tata Kelola manajemen perusahaan berbasis kepada <i>core values</i> yang dianut perusahaan	Interval	35
		Keputusan strategi <i>core values</i> berorientasi kepada sensitivitas perusahaan dengan mengenali kebutuhan dan tuntutan konsumen	Interval	36
		Komitmen perusahaan untuk memuaskan konsumen dengan menawarkan <i>core values</i> sebagai nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan	Interval	37
		Keputusan strategi <i>core values</i> berorientasi kepada sensitivitas perusahaan dengan mempertimbangkan kekuatan dan keunikan pesaing	Interval	38
		Kemampuan memilih dan menetapkan <i>core values</i> sebagai strategi keunggulan perusahaan dan berbeda dengan pesaing	Interval	39
		ingkat kapabilitas manajer dalam memimpin divisi dengan menjaga dan	Interval	40
	<i>Differentiating Capability</i>			

Variabel	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
		menjalankan <i>core values</i> perusahaan		
		Kemampuan perusahaan dalam melakukan recruitment karyawan yang sesuai dengan strategi <i>core values</i> Perusahaan	Interval	41
		Kemampuan dukungan sumber daya finansial dan non finansial perusahaan dalam mengimplementasikan strategi <i>core values</i>	Interval	42
	<i>Relationship Strategy</i>	Keputusan Manajer dalam membangun kerjasama dengan pihak internal perusahaan (pimpinan, manajer dan karyawan) dalam pencapaian keunggulan perusahaan melalui strategi <i>core values</i> nya	Interval	43
		Keputusan Manajer dalam membangun kerjasama dengan pihak internal perusahaan (pimpinan, manajer dan karyawan) dalam pencapaian keunggulan perusahaan melalui strategi <i>core values</i> nya	Interval	44
		Keputusan Manajer dalam membangun kerjasama dengan pemasok dalam pencapaian keunggulan perusahaan melalui strategi <i>core values</i> nya	Interval	45
		Keputusan Manajer dalam membangun kerjasama dengan kompetitor dalam pencapaian keunggulan perusahaan melalui strategi <i>core values</i> nya	Interval	46
	<i>Reinvented Organisation Strategy</i>	Keputusan Manajer dalam menyusun desain organisasi yang berorientasi pada strategi <i>core values</i> perusahaan	Interval	47
		Keputusan Manajer dalam melakukan perubahan desain organisasi yang berorientasi pada strategi <i>core values</i> perusahaan sesuai dengan tuntutan lingkungan eksternal dan internal	Interval	48
		Keputusan Manajer untuk tetap menggunakan <i>core</i>	Interval	49

Variabel	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Skala	Item Pertanyaan	
<b>Religiosity Value Program</b>  <i>Religiosity value</i> diartikan sebagai nilai yang dijadikan dasar untuk bagaimana cara menjalankan hidup (Van Buren et al., 2020)	<i>Program</i>	<i>values</i> yang dimiliki sebagai strategi pencapaian keunggulan perusahaan walaupun terjadi perubahan tuntutan lingkungan			
		Penyusunan program perusahaan sesuai aturan	Interval	50	
		Pelaksanaan program perusahaan sejalan dengan nilai-nilai religius	Interval	51	
		Efektifitas program religious	Interval	52	
	<i>Budget</i>	Perubahan Kondisi lingkungan kerja yang lebih kondusif dengan diberlakukannya program terhadap <i>core values</i> (Nilai religious)	Interval	53	
		Kegiatan pengalokasi dana dilakukan secara transparan	Interval	54	
		Penggunaan dana secara efisien dan terbuka	Interval	55	
		Besaran dana untuk aktivitas program <i>core values</i> (Nilai religius) di setiap unit perusahaan dalam mencapai target perusahaan	Interval	56	
	<i>Procedures</i>	Prosedur pencairan dana dalam aktivitas program <i>core values</i> (Nilai religius) di setiap unit perusahaan dalam mencapai target perusahaan.	Interval	57	
		Prosedur kerja sesuai aturan dan norma	Interval	58	
		Kesesuaian struktur organisasi	Interval	59	
		Kesesuaian fungsi dan tugas Pemenuhan unit kerja	Interval Interval	60 61	
	<b>Religious atmosphere</b>  <i>Religiosity atmosphere</i> merupakan sebuah pandangan yang menganggap agama dalam konteks luas, mulai dari tempat tinggal, praktik agama, ritual agama, arsitektur, seni, ruang, dan lainnya (Kajitani, 2016)	<i>Ideological</i>	Keyakinan inidividu terhadap keberadaan Tuhan dan Nabi	Interval	62
			Keyakinan individu terhadap keseluruhan ajaran agama	Interval	63
		<i>Ritualistic</i>	Keyakinan individu terhadap ritual keagamaan	Interval	64
			Komitmen menjalankan ritual ibadah	Interval	65
<i>Intelectual</i>		Pengetahuan dasar tentang agama yang dianut	Interval	66	
		Komitmen untuk mematuhi ajaran agama	Interval	67	
<i>Consequential</i>	Komitmen untuk menjauhi dosa	Interval	68		
		Komitmen untuk tidak menyakiti sesama	Interval	69	

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Variabel Manifes (Dimensi)	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
<b>Kinerja Bisnis</b>  Kinerja bisnis diartikan sebagai ukuran sejauhmana perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Hailiang et al., 2020)	<i>Experienceional</i>	Komitmen untuk membantu sesame yang membutuhkan bantuan	Interval	70
		Komitmen untuk berperilaku jujur dan adil	Interval	71
		Perasaan sedih dan kecewa saat melakukan hal yang bertentangan dengan agama	Interval	72
		Perasaan bahagia saat mengikuti ajaran agama	Interval	73
	<i>Accomodation</i>	Perasaan takut saat melakukan dosa	Interval	74
		Perusahaan mengakomodir/menerima keyakinan agama yang berbeda dari setiap karyawan	Interval	75
		Perusahaan mengizinkan adanya dekorasi kegamaan di ruang kerja individu	Interval	76
	<i>Market</i>	Perusahaan membuat penjadwalan yang fleksibel untuk mengakomodasi kegiatan agama (pemberian waktu ibadah)	Interval	77
		Pertumbuhan penjualan perusahaan	Interval	78
		Pertumbuhan penjualan Produk baru atau Project baru perusahaan	Interval	79
		Pertumbuhan Market share perusahaan	Interval	80
	<i>Quality</i>	Tingkat kualitas produk yang dihasilkan	Interval	81
		Tingkat kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen	Interval	82
		Prosentasi tingkat kepuasan hasil penilaian konsumen terhadap perusahaan	Interval	83
<i>Financial</i>	Citra Perusahaan di mata konsumen terhadap perusahaan	Interval	84	
	Rata rata Profit dalam 1 kuartal per tahun yang dihasilkan	Interval	85	
	Rata-rata BOPO (Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional) dalam 1 kuartal /tahun yang di hasilkan	Interval	86	
		Efisie Pertumbuhan Aset Perusahaan dalam 1 kuartal/tahun kerja	Interval	87

Sumber: Diolah dari berbagai literatur

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi penelitian mengacu pada kelompok yang ingin diselidiki atau dipelajari. Populasi penelitian merupakan keseluruhan individu, objek, atau peristiwa yang memiliki karakteristik yang relevan dengan pertanyaan penelitian yang diajukan. Populasi penelitian dapat beragam tergantung pada bidang penelitian dan pertanyaan yang ingin dijawab (Wani, 2017).

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu 82 perusahaan konstruksi baja di Indonesia yang tergabung dalam *Indonesian Society of Steel Construction* (ISSC) dimana ISSC ini merupakan anggota Gapensi yang mana Gapensi ini merupakan perkumpulan perusahaan konstruksi di Indonesia.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah subkelompok dari populasi yang dipilih untuk proyek riset (Malhotra, 2015). Setiap unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel ketika sampel diambil dari populasi. Adanya keterbatasan sumber daya (uang, tenaga, dan waktu), tidak semua unit populasi dalam penelitian ini diteliti. Oleh karena itu peneliti diperbolehkan mengambil sebagian kecil dari objek populasi yang ditunjuk, sepanjang porsi tersebut mencerminkan mereka yang tidak diteliti. Sampel yang telah ditetapkan dari populasi perlu melalui pengukuran yang tepat untuk menghasilkan jumlah.

Berdasarkan pengertian sampel yang dikemukakan di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian perusahaan konstruksi baja di Indonesia yang tergabung dalam ISSC. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan teknik Slovin (Sugiyono, 2013) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

N = Populasi

n = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$e$  = batas toleransi kesalahan yang bisa ditolerir atau dikehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari Jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{82}{1 + 82(0,05)^2} = \frac{82}{1,205} = 68,04 \approx 68$$

Maka sampel dari penelitian ini yaitu 68 perusahaan konstruksi baja di Indonesia yang diwakili oleh eksekutif perusahaan, perwakilan perusahaan, atau perwakilan perusahaan.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Uma dan Roger (2016:240) mengemukakan teknik sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Menurut Sugiyono yang dikutip dalam (Ahyar et al., 2020) *Simple random sampling* yaitu merupakan cara pengambilan sampel, dimana setiap elemen dalam populasi memiliki probabilitas seleksi yang diketahui dan setara, dimana pemilihan sampel dengan cara ini sangat dianjurkan pada penelitian kuantitatif.

Setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lain, dan sampel diambil dengan prosedur acak dari kerangka sampling (Malhotra & Birks, 2013:415; Sekaran & Bougie, 2016:249). Alasan pemilihan *simple random sampling* ini karena penulis memiliki kerangka sampling anggota populasi berisikan daftar nama perusahaan yang tergabung dalam ISSC.

## 3.5 Instrumen Penelitian

Definisi operasional dan operasionalisasi variabel dipertimbangkan saat mengembangkan instrumen. Sebagian besar alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berpusat pada alat penelitian utama yaitu menggunakan

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

wirausahawan sebagai subjek penelitian dan mengumpulkan data langsung dari mereka melalui kuesioner. *The Multiple Rating List Scale* (Cooper and Schindler, 2003) yang menetapkan bahwa setiap kemungkinan jawaban responden ditentukan dalam rentang skor antara satu dan lima, digunakan untuk melakukan skala penilaian terhadap jawaban responden (kuesioner) yang berhasil ditangkap.

Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian prosesnya adalah sejumlah responden diberikan akses terhadap instrumen penelitian yang telah disusun sebelumnya. Jika hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa pernyataan atau pertanyaan tidak valid, item tersebut diubah atau dihilangkan penggunaannya. Item alat penelitian/kuesioner juga diperbarui jika ada pernyataan yang tidak dapat diandalkan. Setelah temuan uji coba dan kuesioner baru dianggap valid dan reliabel, kuesioner yang diubah diberikan kepada masing-masing responden.

Saat menilai alat penelitian seperti kuesioner untuk penelitian kuantitatif, reliabilitas dan validitas merupakan pertimbangan penting. Hipotesis asosiasi yang menentukan hubungan antara variabel penelitian harus menjalani uji reliabilitas dan validitas. Validitas, menurut LoBiondo-Wood & Haber (2014: 307), adalah “sejauh mana suatu instrumen secara akurat mengevaluasi kualitas suatu gagasan”. Tiga jenis validitas berlaku dalam situasi ini: validitas konstruk, validitas terkait kriteria, dan validitas isi. Selanjutnya, dependabilitas didefinisikan sebagai “kapasitas instrumen untuk secara konsisten mengukur sifat-sifat suatu konsep atau konstruk” oleh LoBiondo-Wood & Haber (2014: 307). Dalam situasi ini, test-retest, format paralel atau alternatif, split-half, Kuder-Richardson, dan alpha Cronbach adalah beberapa tes reliabilitas yang sering digunakan.

Sebelum melepaskan alat penelitian berupa angket ke lapangan, terlebih dahulu divalidasi menggunakan validitas konstruk dengan menggunakan korelasi item-total dan uji-r atau uji-t dengan rumus korelasi Pearson, dan uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach.

### **3.6 Prosedur Penelitian dan Teknik Pengambilan Data**

Kategori data berikut digunakan dalam penelitian ini:

1. Data primer. Penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi sampel yang mewakili populasi, khususnya para pemilik perusahaan konstruksi yang

tergabung dalam Gapensi dengan unit analisis perusahaan konstruksi baja (ISSC), memungkinkan pengumpulan data primer secara langsung untuk penelitian ini.

2. Literatur yang berkaitan dengan subjek penelitian digabungkan dengan data sekunder dari makalah dan bahan lain yang relevan dengan penelitian ini.

Data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner diolah untuk menyediakan data primer yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan membagikan kuesioner langsung kepada responden, penelitian lapangan (survei) digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Sesuai dengan operasionalisasi penjelasan variabel penelitian, maka variabel yang diturunkan sebagai indikator digunakan untuk membuat item pertanyaan kuesioner. Kuesioner juga mencakup tanggapan terstruktur.

### **3.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.7.1. Hasil Pengujian Validitas**

Validitas alat penelitian berperan penting dalam menentukan temuan suatu penelitian; semakin valid alatnya, semakin andal temuannya. Jika instrumen tersebut mampu mengukur hasil yang diinginkan dari variabel yang diselidiki, instrumen tersebut dianggap valid. Dengan membandingkan setiap item pada instrumen penelitian dengan skor keseluruhan untuk setiap variabel, dilakukan uji validitas penelitian ini. Rumus korelasi product moment berikut digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan pengujian validitas:

$$r_i = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[nX^2 - (\sum X)^2][nY^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$r_i$  = Koefisien Validitas

X = Skor salah satu Pertanyaan

Y = Total Sor Pertanyaan

n = Jumlah Responden

Kusnendi (2008:94)

Tingkat signifikansi berikut digunakan untuk menilai validitas responden:

1. Jika  $r_{hitung}$  lebih dari atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ), pernyataan item yang dibuat oleh responden penelitian dianggap sah.
2. Jika  $r_{hitung}$  kurang dari atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ), klaim peserta studi dianggap tidak sah.
3. SPSS (Statistical Product for Service Solution) versi Windows 24.0 digunakan untuk menghitung validitas item instrumen. Didapat bahwa  $r_{tabel} = 0,4227$  dimana hasil uji validitas seluruh butir pernyataan menunjukkan  $r_{hitung} >$  dari pada  $r_{tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket pertanyaan dalam penelitian ini adalah valid.

Hasil uji validitas terhadap 30 perusahaan konstruksi baja yang tergabung dalam ISSC untuk mengukur semua variabel tersaji pada tabel berikut.

**Tabel 3.2**  
**Hasil Pengujian Validitas**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Variabel Lingkungan Eksternal</b>				
X1.1	Aturan PP No. 28 Tahun 2021	0.709	0.4227	Valid
X1.2	Aturan PP No. 35 Tahun 2021	0.609	0.4227	Valid
X1.3	Nilai kebersamaan sosial pada lingkungan masyarakat (seperti tolong menolong, gotong royong, dal lainnya)	0.787	0.4227	Valid
X1.4	Nilai religi pada lingkungan masyarakat (seperti: nilai keagamaan, keyakinan kepada agama, ketatatan menjalankan ibadah. dll)	0.696	0.4227	Valid
X1.5	Keanekaragaman adat istiadat dan budaya serta kebiasaan masyarakat yang heterogen	0.747	0.4227	Valid
X1.6	Jumlah konsumen yang membutuhkan industri baja	0.800	0.4227	Valid
X1.7	Kemampuan konsumen untuk berpindah ke perusahaan industri baja lainnya	0.841	0.4227	Valid
X1.8	Pertumbuhan kekuatan pesaing pada industri baja	0.752	0.4227	Valid
X1.9	Rivalitas / persaingan antar perusahaan pada industri baja di era pandemi	0.807	0.4227	Valid
X1.10	Kekuatan pesaing dilihat dari kualitas yang dihasilkan dan <i>brand Image</i> perusahaan	0.851	0.4227	Valid
<b>Variabel Lingkungan Internal</b>				
X2.1	Tingkat kepercayaan pegawai pada industri Baja	0.543	0.4227	Valid
X2.2	Tingkat etika dan perilaku pegawai sesuai nilai etik perusahaan	0.498	0.4227	Valid
X2.3	Tingkat perilaku pegawai dalam memenuhi janji atas pekerjaan	0.505	0.4227	Valid
X2.4	Tingkat perilaku pegawai dalam memenuhi harapan dan janji atas penyelesaian tugas/pekerjaan	0.611	0.4227	Valid

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.5	Tingkat perilaku pegawai yang menghargai satu sama lain tanpa melihat perbedaan	0.810	0.4227	Valid
X2.6	Tingkat perilaku pegawai yang memperlakukan semua orang secara bermartabat	0.786	0.4227	Valid
X2.7	Tingkat konsistensi pegawai dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaannya	0.815	0.4227	Valid
X2.8	Tingkat keterbukaan pegawai dalam mengkomunikasikan masukan dan keluhan yang dihadapinya	0.610	0.4227	Valid
X2.9	Tingkat keberanian pegawai untuk bertindak tegas demi kebaikan	0.807	0.4227	Valid
X2.10	Tingkat keberanian pegawai dalam menegakan keadilan dan kebenaran	0.838	0.4227	Valid
X2.11	Komitmen untuk mementingkan kepentingan orang banyak dibandingkan kepentingan pribadi	0.824	0.4227	Valid
X2.12	Komitmen untuk mementingkan kepentingan orang banyak dibandingkan kepentingan pribadi	0.796	0.4227	Valid
X2.13	Tingkat perilaku pegawai dalam menyadari keterbatasan diri sendiri	0.928	0.4227	Valid
X2.14	Tingkat keterbukaan pegawai dalam melihat berbagai persepektif yang berbeda	0.725	0.4227	Valid
X2.15	Tingkat kemampuan pegawai dalam mengambil keputusan dengan menyeimbangkan berbagai kepentingan	0.888	0.4227	Valid
X2.16	Tingkat perilaku pegawai untuk bekerja tepat waktu	0.886	0.4227	Valid
X2.17	Tingkat perilaku pegawai untuk menyelesaikan pekerjaan	0.831	0.4227	Valid
X2.18	Kemampuan untuk memotivasi tim/orang lain	0.704	0.4227	Valid
X2.19	Kemampuan untuk memberikan umpan balik yang jujur dan positif kepada tim/orang lain	0.792	0.4227	Valid
X2.20	Kemampuan untuk mendengarkan berbagai pendapat dari tim/orang lain	0.773	0.4227	Valid
<b>Variabel <i>Value Driven Strategy</i></b>				
Y1.1	Perusahaan menetapkan strategi <i>core values</i> yang unik/berbeda dengan pesaing dan memiliki pandangan jauh ke depan Perusahaan	0.599	0.4227	Valid
Y1.2	Visi, misi dan <i>core values</i> perusahaan menjadi pendorong dan kunci keberhasilan perusahaan	0.734	0.4227	Valid
Y1.3	Tata Kelola manajemen perusahaan berbasis kepada <i>core values</i> yang dianut perusahaan	0.805	0.4227	Valid
Y1.4	Tata Kelola manajemen perusahaan berbasis kepada <i>core values</i> yang dianut perusahaan	0.718	0.4227	Valid
Y1.5	Keputusan strategi <i>core values</i> berorientasi kepada sensitivitas perusahaan dengan mengenali kebutuhan dan tuntutan konsumen	0.812	0.4227	Valid
Y1.6	Komitmen perusahaan untuk memuaskan konsumen dengan menawarkan <i>core values</i> sebagai nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan	0.694	0.4227	Valid

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y1.7	Keputusan strategi <i>core values</i> berorientasi kepada sensitivitas perusahaan dengan mempertimbangkan kekuatan dan keunikan pesaing	0.578	0.4227	Valid
Y1.8	Kemampuan memilih dan menetapkan <i>core values</i> sebagai strategi keunggulan perusahaan dan berbeda dengan pesaing	0.535	0.4227	Valid
Y1.9	tingkat kapabilitas manajer dalam memimpin divisi dengan menjaga dan menjalankan <i>core values</i> perusahaan	0.663	0.4227	Valid
Y1.10	Kemampuan perusahaan dalam melakukan recruitment karyawan yang sesuai dengan strategi <i>core values</i> Perusahaan	0.781	0.4227	Valid
Y1.11	Kemampuan dukungan sumber daya finansial dan non finansial perusahaan dalam mengimplementasikan strategi <i>core values</i>	0.804	0.4227	Valid
Y1.12	Keputusan Manajer dalam membangun kerjasama dengan pihak internal perusahaan (pimpinan, manajer dan karyawan) dalam pencapaian keunggulan perusahaan melalui strategi <i>core values</i> nya	0.858	0.4227	Valid
Y1.13	Keputusan Manajer dalam membangun kerjasama dengan pihak internal perusahaan (pimpinan, manajer dan karyawan) dalam pencapaian keunggulan perusahaan melalui strategi <i>core values</i> nya	0.865	0.4227	Valid
Y1.14	Keputusan Manajer dalam membangun kerjasama dengan pemasok dalam pencapaian keunggulan perusahaan melalui strategi <i>core values</i> nya	0.810	0.4227	Valid
Y1.15	Keputusan Manajer dalam membangun kerjasama dengan kompetitor dalam pencapaian keunggulan perusahaan melalui strategi <i>core values</i> nya	0.595	0.4227	Valid
Y1.16	Keputusan Manajer dalam menyusun desain organisasi yang berorientasi pada strategi <i>core values</i> perusahaan	0.662	0.4227	Valid
Y1.17	Keputusan Manajer dalam melakukan perubahan desain organisasi yang berorientasi pada strategi <i>core values</i> perusahaan sesuai dengan tuntutan lingkungan eksternal dan internal	0.719	0.4227	Valid
Y1.18	Keputusan Manajer untuk tetap menggunakan <i>core values</i> yang dimiliki sebagai strategi pencapaian keunggulan perusahaan walaupun terjadi perubahan tuntutan lingkungan	0.659	0.4227	Valid
<b>Variabel <i>Religiosity Value Program</i></b>				
Y2.1	Penyusunan program perusahaan sesuai aturan	0.827	0.4227	Valid
Y2.2	Pelaksanaan program perusahaan sejalan dengan nilai-nilai religius	0.923	0.4227	Valid
Y2.3	Efektifitas program religious	0.922	0.4227	Valid
Y2.4	Perubahan Kondisi lingkungan kerja yang lebih kondusif dengan diberlakukannya program terhadap <i>core values</i> (Nilai religious)	0.874	0.4227	Valid

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Y2.5	Kegiatan pengalokasi dana dilakukan secara transparan	0.782	0.4227	Valid
Y2.6	Penggunaan dana secara efisien dan terbuka	0.956	0.4227	Valid
Y2.7	Besaran dana untuk aktivitas program core values (Nilai religius) di setiap unit perusahaan dalam mencapai target perusahaan	0.931	0.4227	Valid
Y2.8	Prosedur pencairan dana dalam aktivitas program core values (Nilai religius) di setiap unit perusahaan dalam mencapai target perusahaan.	0.857	0.4227	Valid
Y2.9	Prosedur kerja sesuai aturan dan norma	0.941	0.4227	Valid
Y2.10	Kesesuaian struktur organisasi	0.916	0.4227	Valid
Y2.11	Kesesuaian fungsi dan tugas	0.750	0.4227	Valid
Y2.12	Pemenuhan unit kerja	0.567	0.4227	Valid
Y3.1	Keyakinan individu terhadap keberadaan Tuhan dan Nabi	0.585	0.4227	Valid
Y3.2	Keyakinan individu terhadap keseluruhan ajaran agama	0.540	0.4227	Valid
Y3.3	Keyakinan individu terhadap ritual keagamaan	0.779	0.4227	Valid
Y3.4	Komitmen menjalankan ritual ibadah	0.707	0.4227	Valid
Y3.5	Pengetahuan dasar tentang agama yang dianut	0.670	0.4227	Valid
Y3.6	Komitmen untuk mematuhi ajaran agama	0.699	0.4227	Valid
Y3.7	Komitmen untuk menjauhi dosa	0.694	0.4227	Valid
Y3.8	Komitmen untuk tidak menyakiti sesama	0.567	0.4227	Valid
Y3.9	Komitmen untuk membantu sesama yang membutuhkan bantuan	0.956	0.4227	Valid
Y3.10	Komitmen untuk berperilaku jujur dan adil	0.662	0.4227	Valid
Y3.11	Perasaan sedih dan kecewa saat melakukan hal yang bertentangan dengan agama	0.692	0.4227	Valid
Y3.12	Perasaan bahagia saat mengikuti ajaran agama Perasaan takut saat melakukan dosa	0.556	0.4227	Valid
Y3.13	Perasaan takut saat melakukan dosa	0.572	0.4227	Valid
Y3.14	Perusahaan mengakomodir/menerima keyakinan agama yang berbeda dari setiap karyawan	0.721	0.4227	Valid
Y3.15	Perusahaan mengizinkan adanya dekorasi keagamaan di ruang kerja individu	0.752	0.4227	Valid
Y3.16	Perusahaan membuat penjadwalan yang fleksibel untuk mengakomodasi kegiatan agama (pemberian waktu ibadah)	0.664	0.4227	Valid
<b>Variabel Kinerja Bisnis</b>				
Z1	Pertumbuhan penjualan perusahaan	0.825	0.4227	Valid
Z2	Pertumbuhan penjualan Produk baru atau Project baru perusahaan	0.870	0.4227	Valid
Z3	Pertumbuhan Market share perusahaan	0.625	0.4227	Valid
Z4	Tingkat kualitas produk yang dihasilkan	0.746	0.4227	Valid
Z5	Tingkat kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen	0.500	0.4227	Valid
Z6	Prosentasi tingkat kepuasan hasil penilaian konsumen terhadap perusahaan	0.730	0.4227	Valid

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Z7	Citra Perusahaan di mata konsumen terhadap perusahaan	0.796	0.4227	Valid
Z8	Rata rata Profit dalam 1 kuartal per tahun yang dihasilkan	0.856	0.4227	Valid
Z9	Rata-rata BOPO (Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional) dalam 1 kuartal /tahun yang di hasilkan	0.874	0.4227	Valid
Z10	Efisie Pertumbuhan Aset Perusahaan dalam 1 kuartal/tahun kerja	0.771	0.4227	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  antar 0.540 - 0.956 dengan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.4227, maka dengan demikian seluruh pernyataan dan instrumen penelitian ini dinyatakan valid atau sah dijadikan sebagai alat pengumpul data.

### 3.7.1. Hasil Pengujian Reliabilitas

Untuk memastikan apakah instrumen yang digunakan memiliki reliabilitas, ketelitian, ketelitian, ketelitian, kestabilan, atau konsistensi dalam mengukur variabel penelitian, maka dilakukan pengujian reliabilitas. Untuk menentukan seberapa baik hasil pengukuran berlaku ketika gejala yang sama diukur berulang kali, tes ini dijalankan pada pertanyaan yang dianggap sah.

Menurut Soelaiman Sukmalana (2008), prosedur berikut harus diikuti untuk menilai reliabilitas instrumen: Langkah-langkah berikut digunakan untuk menentukan validitas alat ukur: (a) menyajikan alat ukur kepada sejumlah besar responden; (b) membagi item yang valid menjadi bagian ganjil dan genap; (c) menjumlahkan skor untuk setiap item di setiap divisi; (d) mengkorelasikan total skor ganjil-genap menggunakan rumus product moment; dan (e) menghitung koefisien reliabilitas yang menunjukkan reliabilitas atau tidaknya item tersebut.

Adapun formula untuk menghitung reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2r_s}{1 + r_s}$$

Dimana :

$r_i$  = Koefisien reliabilitas sperman brawn

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$r_s$  = Koefisien korelasi antara belahan ganjil genap

Dalam pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,70 atau lebih (Nunnally, 1994). Berikut adalah dasar pengambilan keputusan:

1. Jika sebuah konstruk atau variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,70 maka dianggap dependable (Nunnally, 1994)
2. Jika sebuah konstruk atau variabel memiliki nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,70 maka dianggap tidak reliabel (Nunnally, 1994)

Variabel dalam penelitian ini berjumlah 6 variabel yaitu lingkungan eksternal, lingkungan internal, *value driven strategy*, *religiousity value program*, *religious atmosphere* dan kinerja bisnis yang selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas untuk menilai reliabilitas kuesioner, yang berfungsi sebagai prediktor variabel atau konsep.

Hasil uji validitas terhadap 30 perusahaan konstruksi baja yang tergabung dalam ISSC pada masing-masing variabel tersaji pada tabel berikut.

**Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas**

No	Variabel	Rhitung	Keterangan
1.	Lingkungan eksternal,	0.911	Reliabel
2.	Lingkungan Internal,	0.958	Reliabel
3.	<i>Value driven strategy</i>	0.940	Reliabel
4.	<i>Religiousity value program</i>	0.970	Reliabel
5.	<i>Religious atmosphere</i>	0,831	Reliabel
6.	Kinerja Bisnis	0,919	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan data 2022

Berdasarkan Tabel 3.3 terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai reliabilitas lebih dari 0,70 yang menunjukkan konsistensi dan ketergantungan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif dan verifikatif.

#### 3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data menjadi informasi yang mudah dipahami. Analisis data deskriptif dilakukan dengan

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menggolongkan, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data-data yang didapat lalu dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel. Proses menganalisis data secara deskriptif memiliki tujuan untuk memperoleh status kekuatan mengenai keterkaitan satu variabel dengan variabel lainnya melalui analisis korelasi

Melalui analisis korelasi dan perbandingan rata-rata sampel atau data populasi, analisis deskriptif berupaya menentukan status kekuatan hubungan antar variabel tanpa perlu membuktikan signifikansinya. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang dibuat dengan menggunakan variabel-variabel yang terdapat dalam data penelitian, khususnya yang memberikan informasi dan data yang berkaitan dengan hubungan lingkungan internal, lingkungan eksternal, *value religiosity program*, *religiosity atmosphere* dan kinerja bisnis.

Selanjutnya dilakukan klasifikasi berdasarkan penilaian responden terhadap variabel yang dikategorikan 1) Tinggi, 2) Sedang dan 3) Rendah. Ketiga kelas ini memiliki interval yang diperoleh dari pencarian nilai berdasarkan hasil perhitungan variabel. Formula yang dapat digunakan untuk membuat kriteria interval kelas adalah sebagai berikut:

Rentang Kelas = Data variabel Y terbesar - Data variabel Y Terkecil

Rentang Kelas

Panjang Kelas Interval =  $\frac{\text{Rentang Kelas}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$

Banyak Kelas Interval

Sumber: Sudjana (2000)

Setelah mendapat rentang kelas dan panjang kelas interval, langkah selanjutnya mengelompokkan unit bisnis berdasarkan hasil total *score* jawaban pada dimensi Y. *The percentage interpretation criteria, ranging from 0% to 100%, are utilised to categorise the computation results. Table 3.4, with the following descriptive analysis table.*

**TABEL 3.4**  
**TABEL ANALISIS DESKRIPTIF**

Alt Jawaaban	Total
--------------	-------

No	Pernyataan	Total	Skor Ideal	Skor Per-Item	% Skor
Skor					
Total Skor					

Sumber : Dimodifikasi dari (Sekaran, 2003).

Setelah dilakukannya pengkategorian hasil dari perhitungan, maka selanjutnya masuk ke dalam langkah pembuatan garis kontinum dimana hal ini dilakukan untuk melakukan perbandingan masing-masing skor total variabel dalam rangka mendapatkan gambaran dari variabel itu sendiri. Berikut di bawah ini merupakan langkah-langkah pembuatan garis kontinum

1. Penentuan kontinum terendah dan tertinggi

$$\text{Kontinum Tertinggi} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Kontinum Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Jumlah Responden}$$

2. Penentuan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan

$$\text{Skor Setiap Tingkatan} = \frac{\text{Kontinum Tertinggi} - \text{Kontinum Terendah}}{\text{Banyaknya Tingkatan}}$$

3. Pembuatan garis kontinum serta penentuan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum ( $\text{Skor} / \text{Skor Maksimal} \times 100\%$ ).

### 3.8.2. Analisis Verifikatif

Teknik analisis data adalah cara yang efektif untuk mengklarifikasi makna dari kumpulan data yang diberikan. Metode analisis data digunakan untuk menyelesaikan masalah yang muncul. Metodologi analisis data adalah penjabaran metodologi yang akan digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujian (Sanusi, 2011: 115).

Menurut Asep Hermawan (2009), ada beberapa langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis data. Langkah-langkah tersebut adalah validasi, edit, entri, tabulasi, deteksi kesalahan, pemrosesan, dan analisis data. Dalam penelitian ini, proses utama yang dilakukan adalah persiapan.

1. Verifikasi data (validation). Begitulah cara Anda mengetahui apakah observasi atau wawancara dilakukan dengan tepat dan tanpa bias.
2. Pengkodean dan pengeditan data. Data mentah ditinjau untuk kesalahan yang dilakukan oleh pewawancara atau responden selama proses pengeditan. Sedangkan koding adalah proses mengklasifikasikan dan memberi nilai pada jawaban instrumen survei yang berbeda.
3. Memasukkan data. Begitulah cara data dimasukkan ke komputer untuk pemrosesan tambahan.
4. Tabulasi data. Hitungan pengamatan dibagi menjadi banyak kategori adalah prosedur langsung.
5. Pendeteksian kesalahan. Secara khusus, ini melibatkan penilaian apakah perangkat lunak yang digunakan untuk entri dan tabulasi data akan memungkinkan peneliti untuk melakukan prosedur edit kesalahan.
6. Analisis dan pengolahan data. memanfaatkan teknologi SEM-PLS untuk mengolah data kajian.

Metode SEM PLS juga dikenal sebagai model persamaan struktural parsial kuadrat terkecil, digunakan dalam analisis verifikasi untuk menguji hipotesis penelitian. Sebagai alternatif SEM berbasis kovarians dalam situasi ini, PLS adalah teknik regresi berbasis varians untuk membangun model berorientasi prediksi. PLS adalah komponen statistik parametrik, yang mengandaikan bahwa data studi bebas distribusi, yaitu tidak sesuai dengan distribusi tertentu (misalnya, distribusi normal). Di sini, PLS adalah pengganti model persamaan struktural (SEM) yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah rumit yang melibatkan hubungan antar variabel dengan data yang relatif sedikit (30 hingga 100).

SEM dapat dipecah menjadi dua pendekatan yang berbeda: (1) pendekatan berbasis kovarians (model LISREL) dan (2) pendekatan berbasis komponen (model PLS-PM atau hanya PLS-SEM atau PLS). PLS ini adalah bagian dari statistik parametrik, yang membuat asumsi bahwa data studi adalah bebas distribusi, artinya data tersebut tidak sesuai dengan distribusi normal tertentu (misalnya, distribusi normal). Dalam situasi ini, PLS adalah pendekatan alternatif pemodelan persamaan struktural (SEM) yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah hubungan antara

variabel kompleks dan ukuran sampel data pendek (di bawah 200) dan ukuran data sampel tinggi (di atas 200). Penggunaan PLS-SEM sangat tepat dalam penelitian ini karena tujuan penelitian adalah untuk mengestimasi pengaruh.

Hubungan antara satu konstruk dengan indikatornya serta kompleksitas hubungan antara satu konstruk dengan konstruk lainnya dinilai menggunakan PLS (manifest atau variabel terukur atau teramati). Rumitnya hubungan antar variabel dapat dijelaskan dengan PLS dan SEM. Di domain lain, variabel-variabel ini bersifat laten atau tersembunyi, sehingga perlu untuk mengukurnya dengan indikator.

Model dalam dan model luar adalah dua persamaan yang mendefinisikan PLS. Model luar menentukan hubungan antara konstruk dan indikatornya, sedangkan model dalam menentukan hubungan antara konstruk dan konstruk lainnya (antara variabel laten) (variabel manifes). Konstruk asing dan konstruk endogen membentuk konstruk itu sendiri. Konstruksi eksogen, atau konstruksi kausal, adalah konstruksi yang sama sekali tidak bergantung pada konstruksi lain. Konstruk lain dipengaruhi oleh konsep eksogen (*endogenous constructs*) ini. PLS dapat diterapkan pada model hubungan konstruk dan indikator formatif dan reflektifnya, sedangkan SEM hanya berlaku pada model hubungan reflektif (Ghozali, 2006). Ini adalah model hubungan reflektif:

1. Arah hubungan konstruk dan indikasi secara kausal.
2. Harus ada korelasi silang antara asosiasi indikator.
3. Makna konstruk tidak akan berubah jika salah satu indikator dikeluarkan dari model pengukuran.
4. Tetapkan kesalahan pengukuran level indikasi.

Menurut model hubungan formatif

1. Arah rantai sebab akibat yang menghubungkan konstruk dengan indikator.
2. Diduga tidak ada korelasi antara hubungan antar indikator.
3. Definisi konstruk akan berubah jika salah satu indikator dihilangkan dari model pengukuran.
4. Tetapkan kesalahan pengukuran level konstruk.

Dalam penelitian ini, model koneksi reflektif digunakan. Sedangkan hubungan formatif menggambarkan indikator-indikator yang memunculkan konstruk emergent (yang besarnya tiba-tiba muncul akibat pengaruh indikator-indikator tersebut), sedangkan hubungan reflektif mendeskripsikan indikator-indikator yang terjadi pada konstruk laten.

Tindakan yang harus diselesaikan untuk menggunakan SEM-PLS adalah sebagai berikut:

1. **Langkah pertama:** Buat model berbasis teori

SEM didasarkan pada gagasan bahwa perubahan dalam satu variabel pasti akan menyebabkan perubahan pada variabel lain. Pada titik ini, model teoretis dibuat sesuai dengan model yang dapat diamati, yang sudah tercermin dalam kerangka konseptual.

2. **Langkah kedua:** Buat diagram alur untuk hubungan sebab akibat.

Serangkaian hubungan sebab akibat antar konstruk dari model teoritis yang dibangun pada tahap pertama khususnya dapat dideskripsikan dengan menggunakan SEM, yaitu menggambarkan hubungan antar variabel dalam sebuah flowchart. Panah lurus yang menunjukkan hubungan sebab akibat langsung dari satu konstruk ke konstruk lainnya digunakan dalam flowchart untuk merepresentasikan hubungan antar konstruksi. Konstruk eksogen juga disebut sebagai variabel independen karena tidak dapat diprediksi oleh variabel model lainnya. Konstruk yang ditunjukkan oleh ujung panah dari garis dikenal sebagai konstruk eksogen.

3. **Langkah ketiga:** Persamaan matematika yang diturunkan dari diagram alur.

Dimungkinkan untuk merumuskan model penelitian dalam bentuk matematika berdasarkan ide yang disajikan pada tahap kedua di atas. Berikut adalah persamaan yang dibuat dari flowchart konversi:

- a) Hubungan sebab akibat dinyatakan dalam persamaan struktural (model struktural), yang digunakan untuk menguji hipotesis.
- b) Model pengukuran (measurement model), yang menjelaskan hubungan sebab akibat antara indikator dan variabel penelitian (laten).

4. **Langkah keempat:** Memilih jenis matriks masukan. Matriks koefisien korelasi adalah matriks input yang digunakan dalam pengujian.
5. **Langkah kelima:** Evaluasi identifikasi persamaan model.  
Masalah mendasar dengan identifikasi adalah kegagalan model yang dibuat untuk menghasilkan estimasi yang akurat.
6. **Langkah keenam:** Menganalisis model atau hasil tes.  
Hasilnya sekarang sedang diperiksa secara menyeluruh dan dianalisis secara teoritis. Temuan diberikan pembenaran logis.

Berbeda dengan SEM berbasis kovarians, evaluasi model SEM-PLS dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Evaluasi model luar (*measurement model*), yang memperhitungkan nilai outer loading (valid jika outer loading  $> 0,5$  dan idealnya  $> 0,7$ ), nilai average variance extract (AVE) (valid jika  $> 0,5$ ), dan composite reliability (CR) nilai (valid jika  $> 0,8$ ).
2. Penilaian inner model (*model struktural*), yang terdiri dari nilai R-squared, koefisien jalur, korelasi variabel laten yang valid (valid jika  $r > 0,5$ ), dan korelasi variabel laten (jika  $r$  valid, koefisien jalur signifikan) ( $R^2$  berarti keragaman atau varian konstruk endogen yang mampu dijelaskan oleh konstruk eksogen bersamaan).

Analisis model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing tahapan evaluasi model struktural:

- a. Analisis *R-Square* ( $R^2$ ) memiliki tujuan untuk menjelaskan besarnya proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Hasil *R-square* sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat”, dan “lemah”.
- b. Analisis *Multicollinearity*, uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model PLS-SEM dapat dilihat pada

nilai tolerance atau nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai *tolerance* < 0.20 maka terdeteksi adanya multikolinearitas atau apabila nilai *VIP* > 5 maka dapat diduga adanya multikolinearitas (Garson, 2016).

- c. Analisis  $F^2$  (*effect size*) merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten. Nilai  $F^2$  sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 mengindikasikan prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat struktural.
- d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance*. Pengujian ini berfungsi untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *q-square* lebih besar dari 0 (nol) memiliki nilai predictive relevance yang baik, sedangkan nilai *q-square* kurang dari nol menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance. Rumus untuk mencari nilai Q-Square adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2)$$

- e. Analisis *Good of Fit (GoF)*, dalam analisis data menggunakan SEM-PLS, pengujian GoF dilakukan secara manual. Hal ini berbeda dengan analisis data menggunakan CB-SEM. Pengujian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

### 3. Pengujian Hipotesis

Tahap selanjutnya pada pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik atau uji t dengan menganalisis pada hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel ( $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ), maka hipotesis diterima. Selain itu, untuk melihat uji hipotesis dalam PLS-SEM dapat dilihat dari nilai *p-value*, apabila nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima (Abdullah & Hartono, 2015).

Uji signifikansi untuk hipotesis utama menggunakan uji-F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{(n - k - 1)R^2(i, j)}{k(1 - R^2(i, j))}$$

Keterangan :  $n$  = Jumlah sampel penelitian

$k$  = Jumlah variabel yang diteliti

$R^2_{(i,j)}$  = Koefisien determinasi

Kriteria pengujiannya adalah tolak  $H_0$  jika  $F_{stat} > F_{tabel}$  pada tingkat signifikan  $\alpha$

pada derajat bebas  $v_1 = k$  dan  $v_2 = n - k - 1$ .

Uji signifikansi untuk sub-hipotesis menggunakan uji-t dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\hat{\gamma}_{i,j}}{SE(\hat{\gamma}_{i,j})}$$

Keterangan :  $\hat{\gamma}_{i,j}$  = Koefisien jalur (regresi terstandarkan)

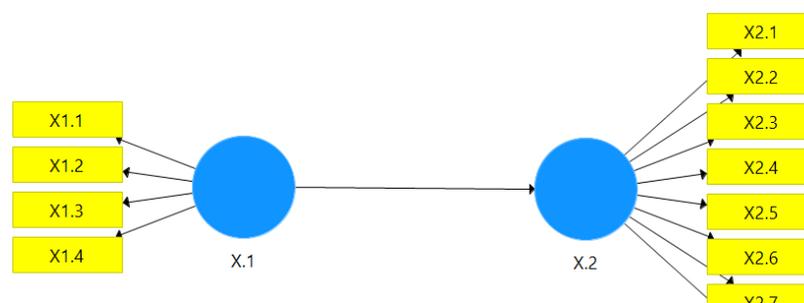
$SE(\hat{\gamma}_{i,j})$  = *Standard Error* koefisien jalur (regresi terstandarkan)

Kriteria pengujian tolak  $H_0$  jika  $t_{statistik} > t_{tabel}$  pada taraf signifikan  $\alpha$ .

Hipotesis statistik yang diuji adalah sebagai berikut.

### 1. Hipotesis 1

Terdapat pengaruh lingkungan eksternal terhadap lingkungan internal pada perusahaan konstruksi di Indonesia.



**Gambar 3.1**  
**Hipotesis 1**

Pengujian hipotesis secara simultan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus statistik uji sebagai berikut :

Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$\frac{(n-k-1)R^2_{x1,x2,x3,x4,x5}}{k(1-R^2_{x1,x2,x3,x4,x5})} \text{ (Hair.et al 2003;181).}$$

Adapun kriteria ujinya adalah,  $H_0$  ditolak jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel dengan tingkat kepercayaan  $1-\alpha$  dan derajat bebas  $(k;n-k-1)$  dengan  $k$  merupakan jumlah variabel bebas dan  $n$  merupakan jumlah sampel yang diamati. Sedangkan untuk melakukan uji hipotesis secara parsial, dapat menggunakan uji hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : \gamma_{1i} \leq 0, \quad i=1,2,3,4,5$$

$$H_1 : \gamma_{1i} > 0$$

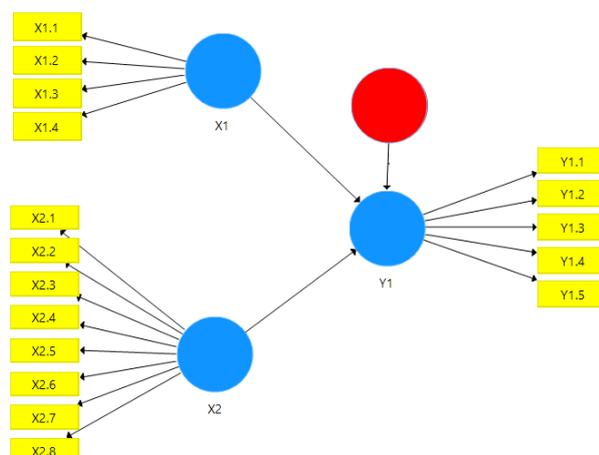
Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{\hat{\gamma}_{1i}}{SE(\hat{\gamma}_{1i})}$$

Tolak  $H_0$  jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel pada taraf signifikan  $\alpha$ .

## 2. Hipotesis 2

Terdapat pengaruh lingkungan eksternal ( $x_1$ ) dan lingkungan internal ( $x_2$ ) terhadap *value driven strategy* ( $y_1$ ) pada perusahaan konstruksi di Indonesia.



Sukma Nugraha, 2023

**STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### Gambar 3.2 Hipotesis 2

Pengujian hipotesis secara simultan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus statistik uji sebagai berikut :

$$\frac{(n-k-1)R^2_{x_1,x_2,x_3,x_4,x_5}}{k(1-R^2_{x_1,x_2,x_3,x_4,x_5})} \text{ (Hair.et al 2003;181).}$$

Adapun kriteria ujinya adalah,  $H_0$  ditolak jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel dengan tingkat kepercayaan  $1-\alpha$  dan derajat bebas  $(k;n-k-1)$  dengan  $k$  merupakan jumlah variabel bebas dan  $n$  merupakan jumlah sampel yang diamati. Sedangkan untuk melakukan uji hipotesis secara parsial, dapat menggunakan uji hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : \gamma_{li} \leq 0, \quad i=1,2,3,4,5$$

$$H_1 : \gamma_{li} > 0$$

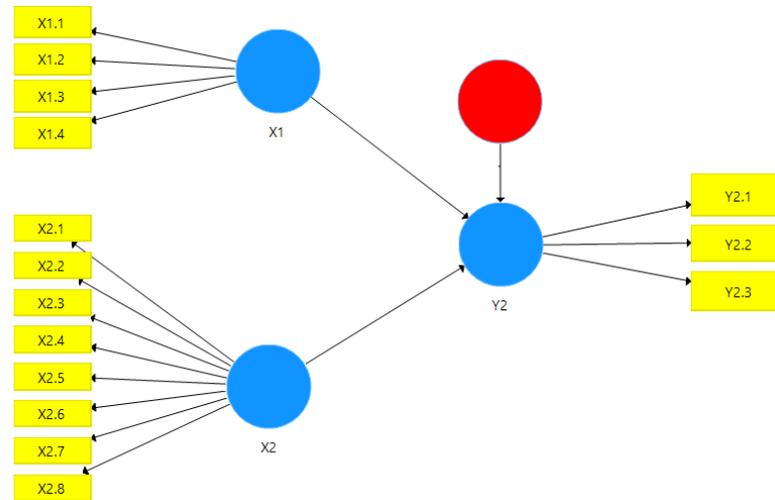
Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{\hat{\gamma}_{li}}{SE(\hat{\gamma}_{li})}$$

Tolak  $H_0$  jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel pada taraf signifikan  $\alpha$ .

### 3. Hipotesis 3

Terdapat pengaruh lingkungan eksternal ( $x_1$ ) dan lingkungan internal ( $x_2$ ) terhadap *religiosity value program* ( $y_2$ ) pada perusahaan konstruksi di Indonesia.



**Gambar 3.3**  
**Hipotesis 3**

Pengujian hipotesis secara simultan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus statistik uji sebagai berikut :

$$\frac{(n-k-1)R^2_{x1,x2,x3,x4,x5}}{k(1-R^2_{x1,x2,x3,x4,x5})} \text{ (Hair.et al 2003;181).}$$

Adapun kriteria ujinya adalah,  $H_0$  ditolak jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel dengan tingkat kepercayaan  $1-\alpha$  dan derajat bebas  $(k;n-k-1)$  dengan  $k$  merupakan jumlah variabel bebas dan  $n$  merupakan jumlah sampel yang diamati. Sedangkan untuk melakukan uji hipotesis secara parsial, dapat menggunakan uji hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : \gamma_{li} \leq 0, \quad i=1,2,3,4,5$$

$$H_1 : \gamma_{li} > 0$$

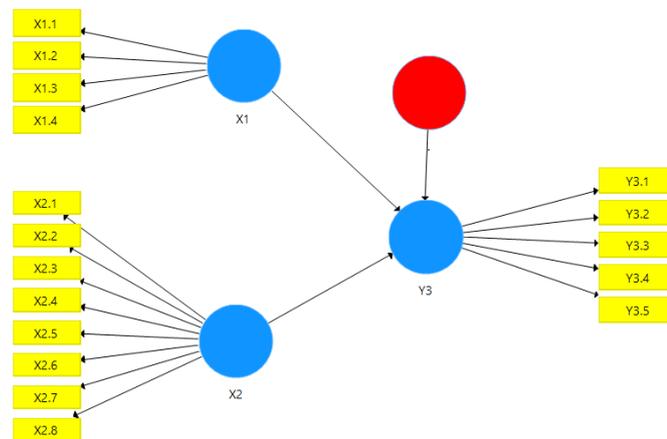
Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{\hat{\gamma}_{li}}{SE(\hat{\gamma}_{li})}$$

Tolak  $H_0$  jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel pada taraf signifikan  $\alpha$ .

#### 4. Hipotesis 4

Terdapat pengaruh lingkungan eksternal ( $x_1$ ) dan lingkungan internal ( $x_2$ ) terhadap *religiosity atmosphere* ( $y_3$ ) pada perusahaan konstruksi di Indonesia.



**Gambar 3.4**  
**Hipotesis 4**

Pengujian hipotesis secara simultan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus statistik uji sebagai berikut :

$$\frac{(n-k-1)R^2_{x_1, x_2, x_3, x_4, x_5}}{k(1-R^2_{x_1, x_2, x_3, x_4, x_5})} \text{ (Hair.et al 2003;181).}$$

Adapun kriteria ujinya adalah,  $H_0$  ditolak jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel dengan tingkat kepercayaan  $1-\alpha$  dan derajat bebas  $(k;n-k-1)$  dengan  $k$  merupakan jumlah variabel bebas dan  $n$  merupakan jumlah sampel yang diamati. Sedangkan untuk melakukan uji hipotesis secara parsial, dapat menggunakan uji hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : \gamma_{li} \leq 0, \quad i=1,2,3,4,5$$

$$H_1 : \gamma_{li} > 0$$

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{\hat{\gamma}_i}{SE(\hat{\gamma}_i)}$$

Tolak  $H_0$  jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel pada taraf signifikan  $\alpha$ .

## 5. Hipotesis 5

Terdapat pengaruh *value driven strategy* ( $y_1$ ) terhadap *religiosity value program* ( $y_2$ ) dan *religiosity atmosphere* ( $y_3$ ) pada perusahaan konstruksi di Indonesia.

Pengujian hipotesis secara simultan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus statistik uji sebagai berikut :

$$\frac{(n-k-1)R^2_{x1,x2,x3,x4,x5}}{k(1-R^2_{x1,x2,x3,x4,x5})} \text{ (Hair.et al 2003;181).}$$

Adapun kriteria ujinya adalah,  $H_0$  ditolak jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel dengan tingkat kepercayaan  $1-\alpha$  dan derajat bebas ( $k;n-k-1$ ) dengan  $k$  merupakan jumlah variabel bebas dan  $n$  merupakan jumlah sampel yang diamati. Sedangkan untuk melakukan uji hipotesis secara parsial, dapat menggunakan uji hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : \gamma_{li} \leq 0, \quad i=1,2,3,4,5$$

$$H_1 : \gamma_{li} > 0$$

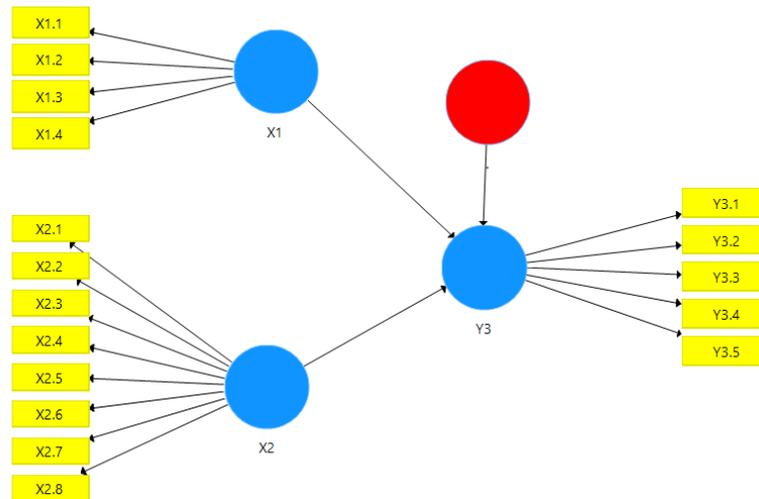
Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{\hat{\gamma}_i}{SE(\hat{\gamma}_i)}$$

Tolak  $H_0$  jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel pada taraf signifikan  $\alpha$ .

## 6. Hipotesis 6

Terdapat pengaruh pengaruh *religiosity value program* ( $y_2$ ) dan *religiosity atmosphere* ( $y_3$ ) terhadap kinerja bisnis ( $z$ ) pada perusahaan konstruksi di Indonesia.



**Gambar 3.5**  
**Hipotesis 6**

Pengujian hipotesis secara simultan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus statistik uji sebagai berikut :

$$\frac{(n-k-1)R^2_{x1,x2,x3,x4,x5}}{k(1-R^2_{x1,x2,x3,x4,x5})} \text{ (Hair.et al 2003;181).}$$

Adapun kriteria ujinya adalah,  $H_0$  ditolak jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel dengan tingkat kepercayaan  $1-\alpha$  dan derajat bebas  $(k;n-k-1)$  dengan  $k$  merupakan jumlah variabel bebas dan  $n$  merupakan jumlah sampel yang diamati. Sedangkan untuk melakukan uji hipotesis secara parsial, dapat menggunakan uji hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : \gamma_{li} \leq 0, \quad i=1,2,3,4,5$$

$$H_1 : \gamma_{li} > 0$$

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{\hat{\gamma}_i}{SE(\hat{\gamma}_i)}$$

Tolak  $H_0$  jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel pada taraf signifikan  $\alpha$ .

