

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian merujuk pada sesuatu yang menjadi target atau sasaran dari penelitian. Ini bisa berupa konsep, fenomena, atau sesuatu yang lebih abstrak (Malhotra, 2020). Beberapa asumsi juga menyatakan bahwa objek penelitian fokus pada rumusan masalah yang terkandung dalam sebuah penelitian. Penelitian ini bertujuan agar dapat melakukan sesuatu yang jauh lebih baik, lebih efektif dan efisien serta untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antar variabel. Variabel independent dalam penelitian ini, meliputi, *Market Orientation (X1)* dengan variabel mediasi *Quality Mangement Control Capability (Z1)*, *Leagility Strategy (Z2)*, *Supply Chain Adaptive Program (Z3)* dan Variabel dependen yaitu *Firm Performance (Y)*. Unit analisis yang akan diteliti dalam disertasi ini yaitu perusahaan komponen dan sparepart otomotif di Indonesia dengan target utama daerah Jawa Barat.

Subjek pada penelitian ini yaitu Subjek penelitian mengacu pada individu atau kelompok yang menjadi fokus penelitian. Subjek dapat berupa manusia, kelompok masyarakat, organisasi, atau bahkan fenomena alam tertentu, tergantung pada ruang lingkup penelitian (Malhotra, 2020). Subyek penelitian ini adalah perusahaan sparepart dan komponen otomotif yang terletak di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Unit observasi (responden) dalam penelitian ini adalah Pimpinan/Kepala atau yang mewakilinya pada level Manajer ke atas, yang menjadi responden dan mengisi kuesioner dalam penelitian ini. Level ini sangat erat kaitannya dengan kegiatan yang bersifat strategis sehingga dapat diasumsikan bahwa pada level ini akan didapatkan informasi yang cukup untuk melakukan berbagai langkah perbaikan dan mengambil keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Waktu pelaksanaan penelitian di lapangan adalah mulai dari bulan Oktober 2024 – Februari 2025.

## **3.2. Metode Penelitian**

### **3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian yang Digunakan**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pendekatan ini dipandang sebagai metoda survei yaitu dengan melakukan pengumpulan informasi dari individu perusahaan, dideskripsikan, dibandingkan atau dijelaskan tentang pengetahuan, perilaku dan sikap dari individu perusahaan tersebut satu metode penelitian yang memiliki landasan filsafat positivisme yang dalam kegiatan penelitiannya digunakan untuk meneliti pada sampel atau populasi tertentu. Berdasarkan jenis pendekatan yang dipilih ini maka analisis data dilakukan dengan cara perhitungan statistik yang kemudian ditujukan pada pengujian hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil yang ingin dicapai, metode riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Eksplanatory Survey. Yaitu suatu survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis. Survey dilakukan dengan cara mengambil populasi, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data, dari sumber data primer yang bersifat kuantitatif dengan metode survei kuesioner. Penelitian ini bertujuan agar dapat melakukan sesuatu yang jauh lebih baik, lebih efektif dan efisien serta untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antar variabel. Metoda survei yang dilakukan adalah penelitian deskriptif yaitu dengan melakukan pengumpulan informasi dari individu perusahaan, dideskripsikan, dibandingkan atau dijelaskan tentang pengetahuan, perilaku dan sikap dari individu perusahaan tersebut (Sekaran dan Bougie, 2016). Hal yang sama dijelaskan oleh (Ferdinand 2014a; Ghozali 2017) bahwa penelitian deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam situasi tertentu yang menjelaskan fenomena apa adanya dari perspektif individual, organisasi, industry dan perspektif lainnya. Menurut (Malhotra & Birks, 2017) penelitian survey merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemui kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.

Miftakul Huda, 2025.

**MODEL LEAGILITY STRATEGY DAN SUPPLY CHAIN ADAPTIVE PROGRAM UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN SPAREPART OTOMOTIF**

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

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak atau random, dengan alasan untuk tidak membatasi siapapun menjadi responden, siapapun berhak menjadi responden penelitian asalkan sesuai dengan kriteria penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengetahui dan menguji sebuah model baru yang melibatkan variabel integratif berupa *Market Orientation, Quality Management Control Capability, Leagility Strategy, Supply Chain Adaptive Program terhadap Firm Performance*. Dengan demikian, pendekatan pemodelan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah CB-SEM. Pendekatan ini dipilih karena dapat digunakan untuk mengukur konstruk variabel penelitian, yaitu melalui penggunaan indikator dan analisis variabel laten, variabel indikator, dan galat pengukuran (Kusnendi dan Ciptagustia 2023). Alasan pemilihan metode ini adalah kemampuan yang baik dalam mengukur konstruk variabel penelitian, yaitu melalui indikator-indikatornya serta menganalisis variabel indikator, variabel laten, berikut kekeliruan pengukurannya (Kusnendi and Ciptagustia 2023). Menganalisis hubungan antar variabel indikator dengan variabel latennya yang dikenal sebagai persamaan pengukuran (*measurement equation*), hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain yang dikenal dengan persamaan struktural (*structural equation*) yang secara bersama-sama melibatkan kekeliruan pengukuran. Analisis SEM ini akan memberikan kejelasan hubungan dan besar pengaruh antar variabel penelitian yang dalam hal ini sangat berguna untuk mengupas secara lebih terinci berbagai faktor yang mampu meningkatkan kontribusi terhadap penelitian. Skala pengukuran data yang digunakan adalah skala semantic deferensial. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap responden yang tersusun dari sebuah garis kontinum dari Poin 1 s/d Poin 7 dimana nilai terendah terletak disebelah kiri (Poin 1) sedangkan nilai yang tertinggi terletak disebelah kanan (Poin 7) (Ferdinand 2014b).

### **3.2.2 Operasional Variabel**

Variabel penelitian secara umum merupakan salah satu variasi peneliti yang telah ditentukan sebelumnya pada karakteristik atau sifat subjek yang akan diteliti dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan beberapa variabel bebas

dan variabel terikat dari sebuah konstruk penelitian. Konstruk Adalah istilah yang digunakan untuk konsep laten yang diukur menggunakan banyak variabel (Ghozali 2017). Penelitian ini menggunakan skala interval 1-7 dalam pengukurannya, selain itu untuk memperoleh gagasan dasar tentang masalah studi ini. Dalam Penelitian ini terdapat 5(lima ) variabel yang dapat diuraikan sebagai berikut, variabel dependen yaitu variabel *Firm Performance* (Y), variabel mediasi yaitu *Quality Management Control Capability* (Z1), *Leagily Strategy* (Z2) dan *Supply Chain Adaptive Program* (Z3) sementara variabel-variabel Independen, yaitu *Market Orientation* (X1). Setiap variabel penelitian diukur berdasarkan operasionalisasi variabel yang dapat dijelaskan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel**

*Market Orientation* merupakan metode bagi suatu perusahaan untuk menciptakan kinerja yang unggul serta serangkaian perilaku yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja Perusahaan dengan tiga dimensi yang mendukungnya yaitu : customer orientation, competitor orientation, dan inter-functional coordination yang digunakan digunakan oleh perusahaan sebagai metode untuk memahami kebutuhan, keinginan dan tuntutan pasar yang sangat dinamis. Dalam penelitian ini sebagai variabel independent dievaluasi dan diukur menggunakan parameter yang telah dioperasionalkan dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Udriyah, Tham, and Azam 2019; Habib, Bao, and Ilmudeen 2020; Ishtiaque, Siddiqui, and Ahmed 2020; Ahmed and Rashdi 2021).

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
<i>Market Orientation</i>	<i>Customer Orientation</i>	Customer satisfaction	Tingkat kemampuan pemenuhan kepuasan pelanggan.	Interval	1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
		Customer Needs	Tingkat kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan	Interval	2
		commitment and orientation service	Tingkat komitmen pelayanan kebutuhan pelanggan	Interval	3
		After-sales service	Tingkat layanan purna jual	Interval	4
	<i>Competitor Orientation</i>	Information sharing	Tingkat berbagi informasi terkait pesaing antar divisi perusahaan	Interval	5
		Responsiveness	Tingkat respon Perusahaan terhadap kompetisi pesaing	Interval	6
	<i>Inter Functional Coordination</i>	Customer Value	Tingkat kontribusi Perusahaan dalam menciptakan nilai pelanggan	Interval	7
		Expectation fulfilment	Tingkat upaya pemenuhan janji perusahaan terhadap pelanggan	Interval	8

***Quality Management Control Capability*** merupakan kemampuan organisasi dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem manajemen mutu

Miftakul Huda, 2025.

**MODEL LEAGILITY STRATEGY DAN SUPPLY CHAIN ADAPTIVE PROGRAM UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN SPAREPART OTOMOTIF**

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

secara efektif untuk mencapai keunggulan operasional dan kepuasan pelanggan. Kapabilitas ini didukung oleh tiga dimensi utama, yaitu *Process Quality Management*, *Quality Empowerment*, dan *Quality Information Usage* dalam penelitian ini sebagai variabel mediasi dievaluasi dan diukur menggunakan parameter yang telah dioperasionalkan dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ahmed et al. 2020b; Besterfield et al. 2004; Fernandes et al. 2017; Sahoo 2019a; Tortorella et al. 2020; Alghamdi 2020)

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
<i>Quality Management Control Capability</i>	<i>Process Quality Management</i>	Ketepatan waktu	Tingkat ketepatan waktu	Interval	9
		Kepatuhan Standar Kualitas	Tingkat Kepatuhan Standar Kualitas	Interval	10
		Continuous Improvement	Tingkat Upaya peningkatan kualitas	Interval	11
		Keterlibatan Karyawan dalam perbaikan proses	Tingkat Keterlibatan Karyawan dalam perbaikan proses	Interval	12
	<i>Quality Empowerment</i>	Partisipasi Karyawan	Tingkat partisipasi karyawan dalam perbaikan kualitas	Interval	13
		Keterlibatan Tim	Tingkat keterlibatan tim dalam evaluasi kualitas	Interval	14
		Pendidikan dan pelatihan	Tingkat kemampuan Perencanaan pelatihan pemahaman kualitas	Interval	15

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
	<i>Quality information usage</i>	Respons Cepat terhadap Informasi Kualitas	Tingkat Respon Perusahaan terhadap Informasi Kualitas	Interval	16
		Penggunaan Informasi Kualitas	Tingkat kemampuan Perusahaan dalam Penggunaan Informasi Kualitas	Interval	17
		Informasi Audit Internal	Tingkat kemampuan Auditor internal mencari informasi kualitas yang relevan selama proses audit		18

**Leagility Strategy** adalah pendekatan terintegrasi yang menggabungkan kekuatan filosofi manajemen lean dan agile untuk meningkatkan kinerja perusahaan, terutama dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif seperti manufaktur dan manajemen rantai pasok. Strategi terintegrasi ini diimplementasikan melalui tiga dimensi utama: *Flexibility*, *Elimination of Waste*, and *Strategic Planning*. Dalam penelitian ini sebagai variabel mediasi dievaluasi dan diukur menggunakan parameter yang telah dioperasionalkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Venkata Ramana, Narayana Rao, and Suresh Kumar 2013; Weber and Tarba 2018;

Hamdan et al. 2020; Ahammad et al. 2021; Clauss et al. 2021; Raji et al. 2021b, 2021a; Oyombe et al. 2023; Piotrowicz, Ryciuk, and Szymczak 2023).

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
<i>Leagility Strategy</i>	<i>Flexibility</i>	Fleksibel dalam mengatur produksi	Tingkat kemampuan Perusahaan fleksibel dalam mengatur produksi dan rantai pasok	Interval	19
		Adaptasi	Tingkat kemampuan perusahaan beradaptasi dengan perubahan kebijakan	Interval	20
		Identifikasi peluang baru	Tingkat kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi peluang baru menyesuaikan strategi bisnis	Interval	21
	<i>Elimination of Waste</i>	Penggunaan teknologi dan otomatisasi untuk memberikan nilai tambah	Tingkat kemampuan Perusahaan penggunaan teknologi untuk memberikan nilai tambah	Interval	22
		Mengoptimalkan penggunaan sumber daya	Tingkat kemampuan Perusahaan mengoptimalkan penggunaan sumber daya untuk menghindari pemborosan	Interval	23
		Penyusunan rencana jangka panjang	Tingkat kemampuan Perusahaan menyusun rencana	Interval	24

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
			jangka panjang yang tetap adaptif		
	<i>Strategic Planning</i>	Keterlibatan stakeholder	Kemampuan Perusahaan melibatkan stakeholder untuk mendukung terhadap tujuan leagility	Interval	25
		Evaluasi <i>continuous improvement</i> terhadap perubahan lingkungan bisnis	Tingkat kemampuan Perusahaan melakukan Evaluasi <i>continuous improvement</i> terhadap perubahan lingkungan bisnis	Interval	26
		<i>Feedback Customer</i>	Tingkat kemampuan perusahaan umpan balik dari pelanggan untuk memahami perubahan kebutuhan dan preferensi pasar.	Interval	27

*Supply Chain Adaptive Program* diasumsikan sebagai tingkat strategis dari Supply Chain cerdas mengacu pada kemampuan *Supply Chain* untuk memanfaatkan daya dukung entitas, untuk memblokir dan menahan dampak ketidakstabilan dengan memanfaatkan kapasitas adaptasi serta untuk mengurangi konsekuensi dari gangguan dan penyebarannya untuk memulihkan tingkat kinerja ke operasi normal, dengan didukung oleh empat dimensi utama yaitu : *Supplier Partnership*, *Customer Relationship*, *Information Sharing* dan *Integration Intensity*. dalam penelitian ini sebagai variabel mediasi dievaluasi dan diukur menggunakan parameter yang telah dioperasionalkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Abdul Rasib, Kaliani Sundram, and Noranee 2021; Abeysekera et al. 2019; Cetinkaya et al. 2016; Christopher and Peck 2020; Ishtiaque et al. 2020; Mabrouk 2020; Solaimani and van der Veen 2022b, 2022a;).

Miftakul Huda, 2025.

**MODEL LEAGILITY STRATEGY DAN SUPPLY CHAIN ADAPTIVE PROGRAM UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN SPAREPART OTOMOTIF**

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
<i>Supply Chain Adaptive Program</i>	<i>Supplier Partnership</i>	Kolaborasi dalam R&D	Tingkat keterlibatkan pemasok dalam pengembangan bersama untuk meningkatkan inovasi produk	Interval	28
		Berbagi Informasi dan Visibilitas	Tingkat kemampuan informasi terhadap pemasok terkait perencanaan produksi	Interval	29
		Fleksibilitas dalam Penyesuaian Kebutuhan	Tingkat kemampuan dan kesediaan pemasok untuk menyesuaikan produksi	Interval	30
	<i>Customer Relationship</i>	Responsif terhadap Keinginan Pelanggan	Tingkat kemampuan untuk merespons dengan cepat terhadap permintaan dan keluhan pelanggan	Interval	31
		Komunikasi	Tingkat Komunikasi yang terbuka dengan pelanggan untuk kelanjutan kerjasama	Interval	32
		Resolusi Masalah dengan Cepat	Tingkat kemampuan untuk menangani dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat dan efektif	Interval	33

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
	<i>Information Sharing</i>	Teknologi Integrasi	Tingkat penerapan teknologi yang terintegrasi sistem dan aplikasi untuk berbagi informasi secara efektif	Interval	34
		Aksesibilitas Informasi	Tingkat kemudahan akses untuk pihak-pihak yang berwenang untuk informasi yang diperlukan	Interval	35
		Kesediaan untuk Beradaptasi	Tingkat fleksibilitas dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi	Interval	36
		Integrasi Data End-to-End	Tingkat Integrasi data yang mencakup seluruh rantai pasokan, dari produksi hingga distribusi	Interval	37
	<i>Integration Intensity</i>	Keterlibatan Pihak Eksternal	Tingkat kemampuan integrasi dengan mitra bisnis, pemasok, dan pelanggan eksternal	Interval	38
		Komitmen	Tingkat upaya membangun hubungan jangka panjang	Interval	39

*Firm performance* adalah kemampuan perusahaan dalam menangani tantangan, kepuasan pelanggan, pemenuhan order, inovasi produk, biaya persediaan, penetrasi pasar, biaya produk, biaya kualitas, profitabilitas, produktivitas, respon atas permintaan konsumen dengan didukung oleh tiga dimensi utama yaitu Growth, Perspektif Keuangan dan Customer performance atau hasil kinerja perusahaan sebagai variabel terikat dalam penelitian ini dievaluasi dan

Miftakul Huda, 2025.

**MODEL LEAGILITY STRATEGY DAN SUPPLY CHAIN ADAPTIVE PROGRAM UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN SPAREPART OTOMOTIF**

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

diukur dengan menggunakan parameter yang telah dioperasionalkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Kaplan and Norton 2005; Malbasic and Marimon 2019; Kaydos 2020; Clauss et al. 2021; Khan et al. 2022).

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
<i>Firm Performance</i>	<i>Growth</i>	Kinerja keuangan	Tingkat kemampuan pencapaian kinerja keuangan perusahaan terkait sales <i>growth rate</i> dan <i>overall growth rate</i>	Interval	40
		Kecepatan	Tingkat pertumbuhan bisnis yang cepat pada perusahaan	Interval	41
	Pesrfektif Keuangan	Revenue	Pencapaian <i>Revenue</i> dari target yang ditetapkan	Interval	42
		EBITDA	Pencapaian EBITDA dari target yang ditetapkan	Interval	43
		<i>Net Income</i>	Pencapaian <i>Net Income</i> dari target yang ditetapkan	Interval	44
	<i>Customer Performance</i>	Reetensi pelanggan	Tingkat kinerja perusahaan dalam mempertahankan pelanggan	Interval	45
		Market Share	Tingkat kinerja dalam meraih pasar	Interval	46

		Efektivitas Komunikasi	Tingkat komunikasi yang efektivitas dalam perusahaan	Interval	47
--	--	------------------------	--	----------	----

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian dibagi menjadi dua jenis data yaitu kuantitatif dan data kualitatif. Penelitian ini memfokuskan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Data kuantitatif pada penelitian ini adalah hasil kuesioner.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini adalah hasil penyebaran kuesioner. Kuesioner dibuat dengan angket tertulis disebarakan melalui *google form* berisikan pertanyaan yang diberikan dan disertai dengan isian atau pilihan jawaban tertulis dalam bentuk terstruktur dari responden. Data primer skor jawaban responden atas pernyataan yaitu *market orientation*, *quality management control capability*, *leagility strategy*, *supply chain adaptive program* dan *firm performance*.

### 3.2.4 Populasi dan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand 2014b). Sugiyono menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2018). Berdasarkan jumlah keseluruhan populasi Perusahaan komponen dan sparepart otomotif jawa barat dan Jakarta sebesar Pada penelitian kali ini, analisis akan dilakukan pada Perusahaan komponen dan sparepart otomotif jawa barat dan DKI Jakarta yang berjumlah 235 perusahaan. Perusahaan akan dipilih secara kluster yang sudah memiliki sertifikat ISO

9001:2015. ISO 9001:2015 adalah standar yang menetapkan persyaratan untuk sistem manajemen mutu yang dirancang untuk membantu organisasi meningkatkan kualitas produk dan layanan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### **3.2.4.2 Sampel**

Sedangkan sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand 2014b). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2012). Pemilihan sampel harus dilakukan secara cermat untuk memastikan bahwa bagian yang diambil dari populasi mampu merepresentasikan keseluruhan populasi secara proporsional. Pemilihan sampel dilakukan dengan teliti untuk memastikan representasi yang tepat terhadap keseluruhan populasi. Proses penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pemenuhan persyaratan jumlah sampel minimum yang diperlukan dalam analisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM). Sampel minimal berkisar antara 100 hingga 500 agar penggunaan SEM dapat optimal bagi objek dan subjek yang diteliti (Hair et al 2017). Asumsi yang mendasari proses ini adalah bahwa sampel yang terpilih dianggap dapat menggambarkan karakteristik populasi secara keseluruhan dengan akurat. Dalam hal ini, Perusahaan yang sudah memiliki sertifikat ISO 9001:2015 terdapat 209 yang dijadikan sampel/responden pada penelitian ini.

##### **3.2.4.2.1 Teknik Sampel**

Teknik sampling adalah Teknik dalam pengambilan penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dengan pendekatan *purposive sampling*. Nonprobability sampling merupakan Teknik dalam pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel (Sugiyono 2018). Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam menentukan sampel adalah

purposive sampling yakni Teknik dalam penentuan sampel dengan pertimbangan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2018).Pertimbangan dalam penggunaan purposive sampling disebabkan tidak semua saampel mempunyai kriteria yang sesuai dengan kriteria yang diamati oleh peneliti. Adapun kriteria penetapan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sparepart dan komponen otomotif yang terletak di Jawa Barat dan DKI Jakarta.
2. Perusahaan sparepart dan komponen otomotif yang terletak di Jawa Barat dan DKI Jakarta yang telah memiliki sertifikat ISO 9001:2015 yaitu standar yang menetapkan persyaratan untuk sistem manajemen mutu yang dirancang untuk membantu organisasi meningkatkan kualitas produk dan layanan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kriteria tersebut maka prosedur pemilihan sampel disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 3.2 Prosedur pemilihan sampel penelitian**

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sparepart dan komponen otomotif yang terletak di Jawa Barat dan DKI Jakarta	235
2.	Berusahaan yang belum menerapkan ISO 9001:2015	26
Jumlah Sampel		209

Sumber :Data diolah penulis

Asumsi yang mendasari proses ini adalah bahwa sampel yang terpilih dianggap dapat menggambarkan karakteristik populasi secara keseluruhan dengan akurat . berdasar prosedur pemilihan sampel tersebut maka terdapat 209 yang dijadikan sampel/responden pada penelitian ini.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Data laporan diri, semacam data penelitian yang berbentuk karakteristik, pengalaman, dan pandangan manajerial, digunakan dalam penelitian ini dengan

partisipan atau responden penelitian. Berdasarkan sumber datanya, data ini tergolong data utama dalam penelitian ini. Istilah "data primer" mengacu pada informasi yang diperoleh secara langsung dari partisipan penelitian dengan menggunakan alat ukur atau peralatan pengumpulan data lainnya. Responden diminta untuk mengisi kuesioner secara langsung guna mengumpulkan data primer untuk penelitian ini.

Beberapa teknik digunakan untuk mendistribusikan survei kepada responden. Dengan menggunakan Google Form, unit observasi (responden) dalam penelitian ini adalah Pimpinan/Kepala atau yang mewakilinya pada level Manajer ke atas, yang menjadi responden dan mengisi kuesioner dalam penelitian ini. Level ini sangat erat kaitannya dengan kegiatan yang bersifat strategis sehingga dapat diasumsikan bahwa pada level ini akan didapatkan informasi yang cukup untuk melakukan berbagai langkah perbaikan dan mengambil keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Untuk memastikan bahwa responden telah menyelesaikan kuesioner yang diberikan, peneliti juga mengawasi mereka dan berkomunikasi dengan mereka secara langsung.

### **3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Metode analisis data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Analisis data dapat dilakukan untuk dua tujuan yaitu menyajikan temuan empiris berupa statistik deskriptif yang menjelaskan mengenai karakteristik responden khususnya dalam hubungannya dengan variabel - variabel penelitian yang digunakan dalam pengujian hipotesis serta analisis statistik inferensial yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan dan atas dasar itu sebuah kesimpulan ditarik(Ferdinand 2014b).

Metode SEM merupakan perkembangan dari analisis jalur (path analysis) dan regresi berganda (multiple regression) yang sama - sama merupakan bentuk model analisis multivariat (multivariate analysis). Dalam analisis yang bersifat asosiatif, multivariate-korelasional atau kausal-efek, metode SEM seakan mematahkan

dominasi penggunaan analisis jalur dan regresi berganda yang telah digunakan selama beberapa dekade sampai dengan sebelum memasuki tahun 2000-an (Haryono 2017) .

Dibandingkan dengan analisis jalur dan regresi berganda, metode SEM lebih unggul karena dapat menganalisis data secara lebih komprehensif. Analisis data pada analisis jalur dan regresi berganda hanya dilakukan terhadap data total score variabel yang merupakan jumlah dari butir-butir instrumen penelitian. Dengan demikian, analisis jalur dan regresi berganda sebenarnya hanya dilakukan pada tingkat variabel laten (unobserved). Sedangkan analisis data pada metode SEM bisa masuk lebih dalam karena dilakukan terhadap setiap score butir pertanyaan sebuah instrumen variabel penelitian. Butir-butir instrumen dalam analisis SEM disebut sebagai variabel manifes (observed) atau indikator dari sebuah konstruk atau variabel laten (Haryono 2017).

(Ghozali 2017) menjelaskan model persamaan struktural (Structural Equation Modeling) adalah generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik recursive maupun non-recursive untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan model. SEM dapat menguji secara bersama-sama :

1. Model struktural : hubungan antara konstruk independen dengan dependen.
2. Model measurement : hubungan (nilai loading) antara indikator dengan konstruk (laten).

### **3.2.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Sebuah kuesioner dikatakan *valid* atau sah jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu permasalahan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali 2017). Cara yang dapat dilakukan adalah dengan cara analisa item, dimana setiap nilai total seluruh butir pertanyaan untuk

suatu *variable* dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Sugiyono 2018).

Menurut (Ghozali 2017) pengujian validitas dapat dilakukan menggunakan analisis konfirmatori. Didalam sebuah analisis konfirmatori, variabel *laten* dianggap sebagai variabel penyebab yang mendasari indikator - indikatornya. Pengujian validitas dilakukan untuk melihat valid tidaknya suatu indikator menggambarkan variabelnya. Uji validitas sendiri menurut (Ferdinand 2014b) digunakan untuk dapat mengetahui apakah terdapat pertanyaan - pertanyaan didalam sebuah kuesioner yang kita buat harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan terhadap penelitian. Untuk menguji validitas konstruk, skor setiap item pertanyaan dibandingkan dengan skor total, yaitu nilai yang dihasilkan dari penjumlahan seluruh skor item. Berdasarkan analisis statistik, korelasi antara skor tiap item dengan skor total harus menunjukkan signifikansi. Instrumen pengukuran dianggap valid apabila seluruh skor item yang disusun berdasarkan dimensi konsep memiliki korelasi signifikan dengan skor total. Dalam penelitian ini, penghitungan korelasi data dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi Product Moment Pearson, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{yxi} = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{\sqrt{n \sum_{i=1}^n x_i^2 (\sum_{i=1}^n x_i)^2} \sqrt{n \sum_{i=1}^n y_i^2 (\sum_{i=1}^n y_i)^2}}$$

Keterangan:

$r_{yxi}$  = koefisien Pearson antara item instrumen yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan.

$x_i$  = skor item instrumen yang akan digunakan.

$y_i$  = skor semua item instrumen dalam variabel tersebut

$n$  = jumlah responden dalam uji coba instrumen

Pedoman uji signifikansi (nilai keberartian) pada koefisien korelasi ( $r_{xyi}$ ) pada penelitian ini ditentukan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ , sehingga pengambilan keputusan pada pengujian validitas respondennya adalah:

1. Data penelitian yang diperoleh dari responden penelitian dinyatakan valid jika perolehan  $r$ -hitung  $\geq r$ -tabel.
2. Data penelitian yang diperoleh dari responden penelitian dinyatakan tidak valid jika  $r$ hitung  $\leq r$ tabel.

Dalam penelitian ini, penentuan nilai  $r$ -tabel dicari pada tabel distribusi  $r$  (*person product moment*) sesuai  $n$  dan  $\alpha$  dengan menggunakan rumus  $(df) = n - 2$ , sehingga ditemukan nilai  $r$  tabel  $df = 40 - 2 = 38$ . Pada  $df=38$  dan  $\alpha = 0,05$  nilai  $r$  tabel = 0.312. Uji validitas dilakukan menggunakan sampel awal sebanyak 40 responden dengan bantuan perangkat lunak SPSS sebagai alat analisis. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, instrumen penelitian dinyatakan memenuhi kriteria validitas.

### 3.2.6.1.1 Uji Validitas Variabel *Market Orientation*

Instrumen penelitian yang digunakan untuk variabel *Market Orientation* terdiri dari delapan item pernyataan. Nilai korelasi antara masing-masing butir pernyataan dengan total skor variabel *Market Orientation*, yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan software SPSS, ditampilkan pada tabel 3.2.

**Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel *Market Orientation***

No.	Item	r-hitung	r-tabel	Signifikan	Keterangan
1	MO1	0.770	0.312	0.000	Valid
2	MO2	0.668	0.312	0.000	Valid
3	MO3	0.705	0.312	0.000	Valid
4	MO4	0.802	0.312	0.000	Valid
5	MO5	0.763	0.312	0.000	Valid
6	MO6	0.663	0.312	0.000	Valid
7	MO7	0.632	0.312	0.000	Valid
8	MO8	0.675	0.312	0.000	Valid

### 3.2.6.1.2 Uji Validitas Variabel *Quality Management Control Capability*

Instrumen penelitian yang digunakan untuk variabel *Quality Management Control Capability* terdiri dari sepuluh item pernyataan. Nilai korelasi antara masing-masing butir pernyataan dengan total skor variabel *Quality Management Control Capability*, yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan software SPSS, ditampilkan pada tabel 3.3.

**Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel *Quality Management Control Capability***

No.	Item	r-hitung	r-tabel	Signifikan	Keterangan
1	QMC1	0.609	0.312	0.000	Valid
2	QMC2	0.649	0.312	0.000	Valid
3	QMC 3	0.694	0.312	0.000	Valid
4	QMC 4	0.614	0.312	0.000	Valid
5	QMC 5	0.794	0.312	0.000	Valid
6	QMC 6	0.845	0.312	0.000	Valid
7	QMC 7	0.786	0.312	0.000	Valid
8	QMC 8	0.832	0.312	0.000	Valid
9	QMC 8	0.838	0.312	0.000	Valid
10	QMC 8	0.839	0.312	0.000	Valid

### 3.2.6.1.3 Uji Validitas Variabel *Leagility Strategy*

Instrumen penelitian yang digunakan untuk variabel *Leagility Strategy* terdiri dari sembilan item pernyataan. Nilai korelasi antara masing-masing butir pernyataan dengan total skor variabel *Leagility Strategy*, yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan software SPSS, ditampilkan pada tabel 3.4.

**Tabel 3. 4 Uji Validitas Variable *Leagility Strategy***

No.	Item	r-hitung	r-tabel	Signifikan	Keterangan
1	LS1	0.750	0.312	0.000	Valid
2	LS2	0.884	0.312	0.000	Valid
3	LS3	0.796	0.312	0.000	Valid
4	LS4	0.855	0.312	0.000	Valid

5	LS5	0.839	0.312	0.000	Valid
6	LS6	0.890	0.312	0.000	Valid
7	LS7	0.834	0.312	0.000	Valid
8	LS8	0.857	0.312	0.000	Valid
9	LS9	0.851	0.312	0.000	Valid

#### 3.2.6.1.4 Uji Validitas Variabel *Supply Chain Adaptive Program*

Instrumen penelitian yang digunakan untuk variabel *Supply Chain Adaptive Program* terdiri dari dua belas item pernyataan. Nilai korelasi antara masing-masing butir pernyataan dengan total skor variabel *Supply Chain Adaptive Program*, yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan software SPSS, ditampilkan pada tabel 3.5.

**Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel *Supply Chain Adaptive Program***

No.	Item	r-hitung	r-tabel	Signifikan	Keterangan
1	SCAP1	0.774	0.312	0.000	Valid
2	SCAP 2	0.700	0.312	0.000	Valid
3	SCAP 3	0.777	0.312	0.000	Valid
4	SCAP 4	0.591	0.312	0.000	Valid
5	SCAP 5	0.758	0.312	0.000	Valid
6	SCAP 6	0.703	0.312	0.000	Valid
7	SCAP 7	0.814	0.312	0.000	Valid
8	SCAP 8	0.824	0.312	0.000	Valid
9	SCAP 9	0.792	0.312	0.000	Valid
10	SCAP10	0.758	0.312	0.000	Valid
11	SCAP11	0.808	0.312	0.000	Valid
12	SCAP12	0.717	0.312	0.000	Valid

#### 3.2.6.1.5 Uji Validitas Variabel *Firm Performance*

Instrumen penelitian yang digunakan untuk variabel *Firm Performance* terdiri dari delapan item pernyataan. Nilai korelasi antara masing-masing butir pernyataan

dengan total skor variabel *Firm Performance* , yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan software SPSS, ditampilkan pada tabel 3.6.

**Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel *Firm Performance***

No.	Item	r-hitung	r-tabel	Signifikan	Keterangan
1	FP1	0.794	0.312	0.000	Valid
2	FP2	0.842	0.312	0.000	Valid
3	FP3	0.911	0.312	0.000	Valid
4	FP4	0.794	0.312	0.000	Valid
5	FP5	0.846	0.312	0.000	Valid
6	FP6	0.640	0.312	0.000	Valid
7	FP7	0.708	0.312	0.000	Valid
8	FP8	0.745	0.312	0.000	Valid

### 3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Secara sederhana reliabilitas / *reliability* merupakan instrumen pengukur data agar data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2014). Sebagai contoh timbangan badan digunakan untuk mengukur berat badan orang A maka setiap orang A melakukan timbangan maka harus menunjukkan berat badan yang sama, hal ini yang dimaksud dengan *scale* yang *reliable* karena itu data yang didapat dapat dipercaya. Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,7) (Ghozali 2017). Nilai reliabilitas dapat dicari dengan rumus berikut ini (Hair et al 2014)

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{stdloading})^2}{(\sum \text{stdloading})^2 + \sum e_j}$$

(1)

$$\text{Variance Extracted} = \frac{(\sum \text{stdloading})^2}{N}$$

(2)

*Std.Loading* : *Standardized Loading Factors* (SLF)Ej : Kesalahan (*standard error*)

N : Banyaknya variabel teramati dari model pengukuran

Sebuah konstruk mempunyai reliabilitas yang baik jika nilainya (Hair et al 2014):

- a. Nilai *Construct Reliability* (CR)  $\geq 0.70$  dan
- b. Nilai *Variance Extract* (VE)  $\geq 0.50$

Namun untuk nilai *varianced extraxted* hanya sebagai opsional saja, maka jika *Construct Reliability* (CR) sudah lebih besar dari 0,70 maka sudah dapat dipastikan memiliki nilai reliabilitas yang baik (Hair et al 2014) . Penelitian ini difokuskan pada perusahaan komponen dan sparepart otomotif yang tersebr di wilayah jawa barat dengan perusahaan yang sudah memiliki sertifikat ISO 9001:2015 guna meminimalkan heterogenitas sampel, sehingga dapat meningkatkan keandalan hasil penelitian. Selanjutnya, penelitian ini diimplementasikan dan diukur menggunakan variabel serta teknik yang diadaptasi dari literatur yang telah dikaji sebelumnya. Pendekatan ini memastikan reliabilitas, karena teknik pengukuran dan variabel yang digunakan telah didukung oleh bukti empiris dari penelitian sebelumnya, sehingga dengan merujuk pada kajian terdahulu, keandalan penelitian dapat terjaga. Nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) harus sama dengan atau lebih besar dari 0,7 agar instrumen dinyatakan reliabel (Hair et al 2017). Berdasarkan hasil analisis data, nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh berada di atas 0,8, yang menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat keandalan yang baik. Pengujian ini dilakukan menggunakan sampel awal sebanyak 40 responden dengan bantuan perangkat lunak SPSS sebagai alat analisis. Sehingga berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliable	Keputusan
1	<i>Market Orientation</i>	0,837	0,7	Reliabel
2	<i>Quality Management Control Capability</i>	0,907	0,7	Reliabel
3	<i>Leagility Strategy</i>	0,947	0,7	Reliabel
4	<i>Supply Cahain Adaptive Program</i>	0,923	0,7	Reliabel
5	<i>Firm Performance</i>	0,913	0,7	Reliabel

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Proses pengolahan data dilakukan untuk memahami informasi yang diperoleh selama pengumpulan data, sehingga hasil penelitian dapat diinterpretasikan dengan jelas. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai karakteristik responden. Selanjutnya, analisis verifikatif diterapkan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel melalui pendekatan Model Persamaan Struktural (SEM) dengan menggunakan perangkat lunak AMOS versi 24. SEM digunakan untuk menguji serta mengonfirmasi model pengukuran dan struktur teoretis yang mendasarinya. Metode ini sangat bermanfaat dalam pengembangan skala pengukuran baru, membangun konstruk baru, maupun menciptakan pemodelan yang lebih kompleks (Ferdinand 2014b; Ghozali 2017).

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisi Data Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode statistik yang bertujuan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau menjelaskan data yang diperoleh dari responden sesuai dengan keadaan sebenarnya, tanpa melakukan generalisasi atau menarik kesimpulan yang berlaku secara umum. Analisis ini digunakan untuk memaparkan karakteristik setiap variabel yang diteliti yaitu terkait variabel-variabel seperti *market orientation*, *quality management control capability*, *leagility strategy*, *supply chain adaptive program* dan *firm performance*. Pengolahan data dilakukan dengan memberikan skor pada data yang dikumpulkan dari responden, yang kemudian dihitung untuk menghasilkan nilai akhir. Data dari

kuesioner diolah lebih lanjut untuk menentukan skor ideal. Kategori ini dibuat dengan membandingkan skor tiap variabel berdasarkan prosentase skor jawaban responden dengan hitungan sebagai berikut :

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}$$

**Tabel 3. 8 Analisis Deskriptif**

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF							TOTAL	SKOR	TOTAL	%
		JAWABAN										
		1	2	3	4	5	6	7		PER		
										ITEM		
	Skor											
	Total Skor											

Langkah berikutnya adalah menyusun garis kontinum yang terbagi menjadi tujuh level, yaitu sangat rendah, rendah, cukup rendah, sedang, cukup tinggi, tinggi, dan sangat tinggi. Garis kontinum ini digunakan untuk membandingkan skor total setiap variabel, sehingga dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai variabel-variabel yang diteliti. Prosedur pembuatan garis kontinum meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:

- Skor maksimum = skor 7/ dari 7 x 100% = 100%
- Skor minimum = skor 1/ dari 7 x 100% = 14%
- Rentang = Skor maksimum – skor minimum, rentang = 100% - 14% = 86%
- Panjang kelas = Rentang / 7, sehingga panjang kelas = 86%/7 = 12%

**Tabel 3. 9 Kategori Interpretasi Persepsi Responden**

No	Persentase	Kategori
1	14-26%	Sangat Rendah
2	27-38%	Rendah
3	39-50%	Cukup Rendah
4	51-62%	Sedang

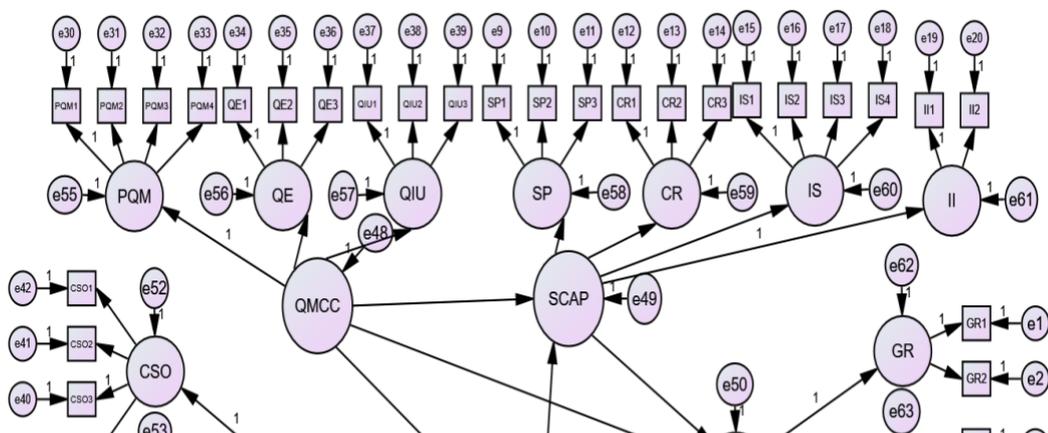
5	63-74%	Cukup tinggi
6	75-86%	Tinggi
7	87-100%	Sangat Tinggi

Sumber: Data Penelitian, 2024

### 3.2.7.2 Rancangan Analisa Data Verifikatif

Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji model baru yang melibatkan variabel-variabel integratif, seperti *market orientation*, *quality management control capability*, *leagility strategy* dan *supply chain adaptive program* terhadap *firm performance*. Untuk itu, metode yang digunakan adalah structural equation modeling (SEM). Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya dalam mengukur konstruk variabel penelitian melalui indikator-indikatornya, sekaligus menganalisis variabel indikator, variabel laten, serta kesalahan pengukurannya (Ferdinand 2014b; Ghozali 2017; Kusnendi, 2023).

Persamaan model pengukuran dan struktural digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel indikator dan variabel laten. Selain itu, persamaan struktural juga mampu mengevaluasi hubungan antara variabel laten dan kesalahan pengukuran. Analisis SEM ini memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang hubungan antarvariabel dan tingkat pengaruhnya, yang sangat bermanfaat dalam menggali secara mendalam berbagai faktor yang dapat meningkatkan kontribusi penelitian. Model struktural menggambarkan hubungan yang dihipotesiskan antara konstruk untuk menjelaskan hubungan sebab akibat, termasuk hubungan sebab akibat yang bersifat hierarkis. Pemodelan struktural berfokus pada sekumpulan hubungan antara variabel laten yang umumnya dianggap bersifat linier. Namun, pengembangan lebih lanjut dapat menghasilkan penggabungan persamaan yang bersifat nonlinier. Berdasarkan kerangka konseptual dan paradigma penelitian, maka kerangka alur hubungan antar variabel dalam penelitian ini disajikan dalam gambar 3.1.



### **Gambar 3.1 Model Persamaan Struktural**

#### **3.2.7.2 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)**

Uji CFA bertujuan untuk mengetahui apakah semua indikator (variabel manifes) dapat menjelaskan variabel laten (konstruk). Uji ini dilakukan pada masing-masing model variabel eksogen (independen) dan endogen (dependen). CFA pada Variabel eksogen dan endogen, pada output Regression Weight, nilai P (Probabilitas), jika nilai tidak signifikan (diatas 0,05) maka indikator harus dihapus. Tetapi hasil signifikan belum tentu memberikan loading factor (nilai estimate) yang tinggi diatas 0,5. Jika nilai loading factor (estimate) dibawah 0,5 maka indikator tersebut sebaiknya dihapus karena dianggap tidak valid untuk mengukur konstruk yang ada (Ferdinand 2014b; Ghozali 2017).

#### **3.2.7.3 Uji asumsi normalitas dan outlier**

Uji normalitas untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakan, apakah berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan pada data indikator (variabel manifes) dan secara multivariate dan univariate. Jika data tidak normal maka dilakukan dengan menghapus data outlier, jika setelah menghapus masih

tetap tidak normal maka dilakukan teknik bootstrapping (resampling). Uji dilakukan pada struktural model. Normal tidaknya distribusi data dapat dilihat dari nilai Critical Ratio (CR) pada skewness dan kurtosis (Hair et al 2014). Angka pembandingan CR adalah angka Z. Pada tingkat kepercayaan 99%, tingkat signifikansinya adalah 0,01 atau 1%. Jika data masih belum memenuhi asumsi normalitas, perlu dilakukan penghapusan data yang outlier sehingga didapatkan data yang memenuhi asumsi normalitas. Outlier adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariant maupun multivariant. Dengan cara membandingkan nilai mahalonobis distance dengan Chi Square tabel, jika nilai mahalonobis d-squared lebih dari Chi Square tabel akan dinyatakan data outlier, maka data tersebut harus dihapus (Ferdinand 2014b; Hair et al 2014). Kemudian dilakukan uji normalitas kembali untuk mengecek apakah univariate dan multivariate data sudah normal atau belum. Jika masih tidak normal maka uji hipotesis dilakukan teknik bootstrapping.

### 3.2.7.4 Uji Goodness of Fit

Setelah terbentuknya model, maka dilakukan analisis dalam uji kecocokan model (*Goodness of Fit*). Pengujian kecocokan model tersebut dilakukan untuk dapat mengetahui seberapa jauh model hubungan dari antar variabel yang telah disusun secara teoritis dan didukung oleh kenyataan yang telah ada pada data empiris. Pembuatan keputusan untuk kesesuaian model pada penelitian kali ini didasarkan pada beberapa kriteria uji kesesuaian model *Goodness Of Fit Statistics* (GOF) yang teruraikan pada tabel 3.4 berikut.

**Tabel 3. 10 Kriteria Uji Goodness of Fit**

No	Statistik Uji	Kriteria Pemenuhan
1	$x^2$ - Chi-Square	$x^2$ hitung < $x^2$ tabel
2	$p$ - value	$\geq 0.05$
3	Goodness of Fit Index (GFI)	$\geq 0.90$ atau mendekati 1
4	Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	$\geq 0.08$ atau 0.05
5	Tucker Lewis Index (TLI)	$\geq 0.90$ atau mendekati 1
6	Adjusted Goodnes of Fit Index (AGFI)	$\geq 0.90$ atau mendekati 1

Miftakul Huda, 2025.

**MODEL LEAGILITY STRATEGY DAN SUPPLY CHAIN ADAPTIVE PROGRAM UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN SPAREPART OTOMOTIF**

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

7	<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	$\geq 0.90$ atau mendekati 1
8	<i>Normed</i>	Batas bawa = 1
9	<i>Chi Square</i>	Batas atas 2, 3 atau 5

Sumber : Ferdinan, 2014

### 3.2.7.5 Uji hipotesis penelitian

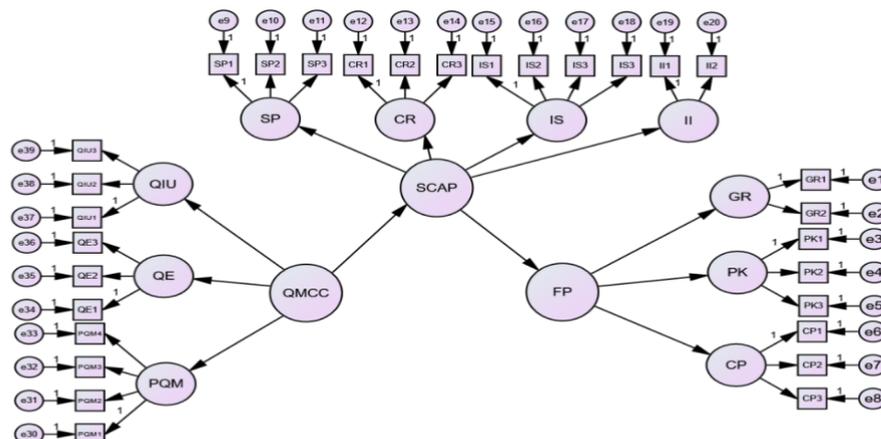
Setelah model struktural dapat dianggap fit, maka proses selanjutnya adalah melihat apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen (Haryono, 2017).

- Jika nilai P (Probabilitas)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak ada pengaruh.

- Jika nilai P (Probabilitas)  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh.

### Uji Hipotesis 1

Pengujian hipotesis pertama dilakukan berdasarkan kriteria penolakan hipotesis null. Untuk mendukung pengukuran, digunakan perangkat SEM-AMOS.24 guna menghitung faktor loading yang berperan dalam menentukan nilai koefisien pengaruh mediasi *Supply Chain Adaptive Program* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance*. Model pengujian hipotesis tersebut ditampilkan pada Gambar 3.2.



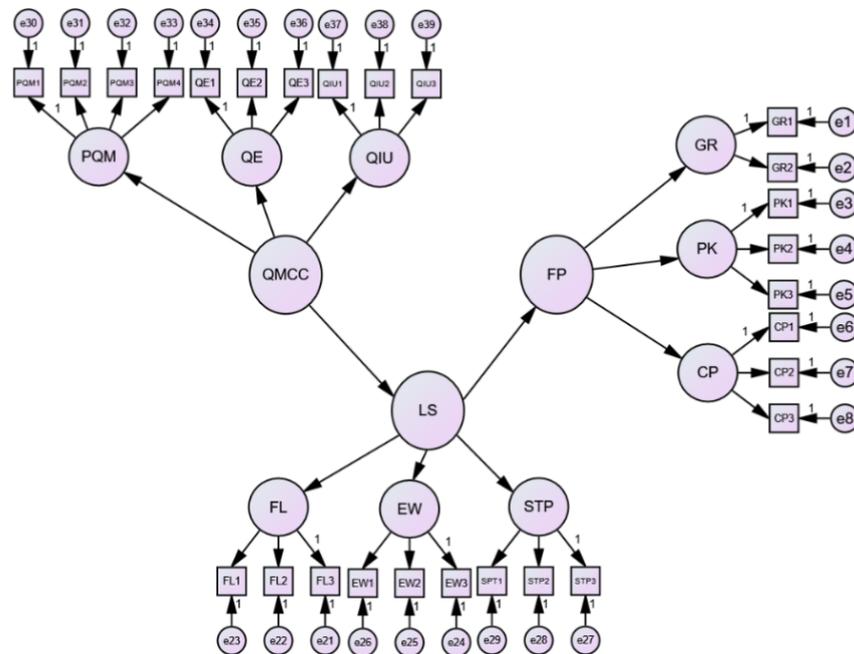
**Gambar 3. 2 Model Mediasi *Supply Chain Adaptive Program* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance***

Ho1 :  $\gamma_1 = 0$ ; Tidak ada pengaruh mediasi dari *Supply Chain Adaptive Program* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance*

Ha1 :  $\gamma_1 \neq 0$ ; Terdapat pengaruh mediasi dari variabel *Supply Chain Adaptive Program* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance*

### **Uji Hipotesis 2**

Pengujian hipotesis ke dua dilakukan berdasarkan kriteria penolakan hipotesis null. Untuk mendukung pengukuran, digunakan perangkat SEM-AMOS.24 guna menghitung faktor loading yang berperan dalam menentukan nilai koefisien pengaruh mediasi *Leagility Strategy* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance*. Model pengujian hipotesis tersebut ditampilkan pada Gambar 3.3.



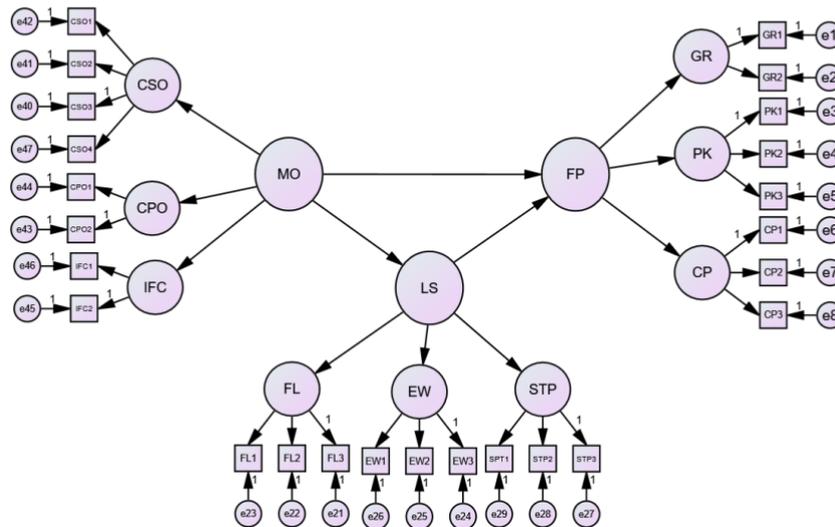
**Gambar 3. 3 Model mediasi *Leagility Strategy* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance***

Ho2 :  $\gamma_2 = 0$ ; Tidak ada pengaruh mediasi dari *Leagility Strategy* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance*

Ha2 :  $\gamma_2 \neq 0$ ; Terdapat pengaruh mediasi dari *Leagility Strategy* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance*

### Uji Hipotesis 3

Pengujian hipotesis ke tiga dilakukan berdasarkan kriteria penolakan hipotesis null. Untuk mendukung pengukuran, digunakan perangkat CB-SEM-AMOS.24 guna menghitung faktor loading yang berperan dalam menentukan nilai koefisien pengaruh. *Firm performance* dipengaruhi oleh *Market Orientation* melalui mediasi *Leagility Strategy*. Model pengujian hipotesis tersebut ditampilkan pada Gambar 3.4.



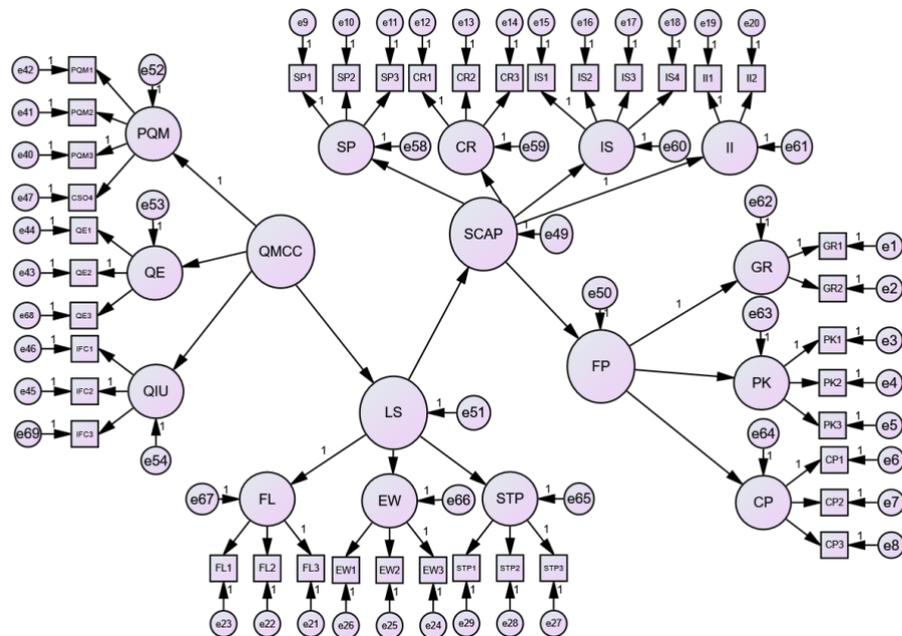
**Gambar 3. 4 Model mediasi *Leagility Strategy* pada *Market Orientation* terhadap *Firm Performance***

Ho3 :  $\gamma_3 = 0$ ; Tidak ada pengaruh mediasi dari *Leagility Strategy* pada *Market Orientation* terhadap *Firm Performance*

Ha3 :  $\gamma_3 \neq 0$ ; Terdapat pengaruh mediasi dari *Leagility Strategy* pada *Market Orientation Capability* terhadap *Firm Performance*

#### Uji Hipotesis 4

Pengujian hipotesis ke empat dilakukan berdasarkan kriteria penolakan hipotesis null. Untuk mendukung pengukuran, digunakan perangkat SEM-AMOS.24 guna menghitung faktor loading yang berperan dalam menentukan nilai koefisien *Firm performance* dipengaruhi oleh *Quality Management Control Capability* melalui mediasi *Leagility Strategy* dan *Supply Chain Adaptive Program*. Model pengujian hipotesis tersebut ditampilkan pada Gambar 3.5.



**Gambar 3. 4 Model Mediasi *Leagility Strategy* dan *Supply Chain Adaptive Program* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance***

Ho4 :  $\gamma_4 = 0$ ; Tidak ada pengaruh mediasi *Leagility Strategy* dan *Supply Chain Adaptive Program* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance*

Ha4 :  $\gamma_4 \neq 0$ ; Terdapat pengaruh mediasi *Leagility Strategy* dan *Supply Chain Adaptive Program* pada *Quality Management Control Capability* terhadap *Firm Performance*

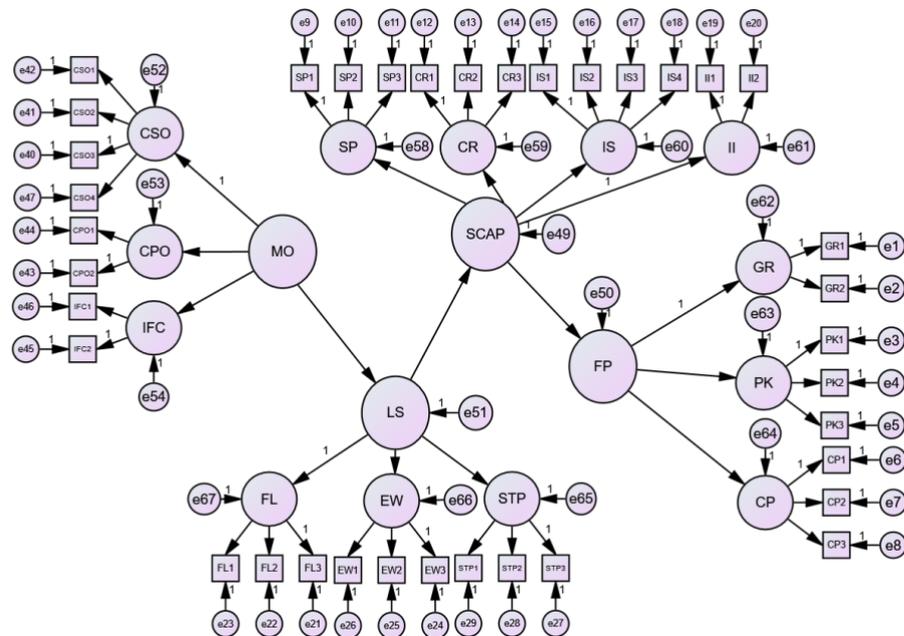
### Uji Hipotesis 5

Pengujian hipotesis ke tiga dilakukan berdasarkan kriteria penolakan hipotesis null. Untuk mendukung pengukuran, digunakan perangkat SEM-AMOS.24 guna menghitung faktor loading yang berperan dalam menentukan nilai koefisien pengaruh. *Firm performance* dipengaruhi oleh *Market Orientation* melalui mediasi *Leagility Strategy* dan *Supply Chain Adaptive Program*. Model pengujian hipotesis tersebut ditampilkan pada Gambar 3.6.

Miftakul Huda, 2025.

**MODEL LEAGILITY STRATEGY DAN SUPPLY CHAIN ADAPTIVE PROGRAM UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN SPAREPART OTOMOTIF**

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



**Gambar 3. 6 Model Mediasi *Leagility Strategy* dan *Supply Chain Adaptive Program* pada *Market Orientation* terhadap *Firm Performance***

Ho5 :  $\gamma_5 = 0$ ; Tidak ada pengaruh mediasi *Leagility Strategy* dan *Supply Chain Adaptive Program* pada *Market Orientation* terhadap *Firm Performance*

Ha5 :  $\gamma_5 \neq 0$ ; Terdapat pengaruh mediasi *Leagility Strategy* dan *Supply Chain Adaptive Program* pada *Market Orientation* terhadap *Firm Performance*