

LAMPIRAN 1. MAPPING PENELITIAN TERDAHULU

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Chaithanapat et al. (2022)	Menyelidiki kemungkinan hubungan antara manajemen pengetahuan pelanggan, kepemimpinan berorientasi pengetahuan, kualitas inovasi, dan kinerja perusahaan	Sampel: usaha kecil dan menengah (UKM) di Thailand Teknik analisis: SEM	Manajemen pengetahuan pelanggan memediasi hubungan antara kepemimpinan berorientasi pengetahuan dan kualitas inovasi. Selain itu, kualitas inovasi memediasi hubungan antara manajemen pengetahuan pelanggan dan kinerja perusahaan.
2	Donate & Sánchez de Pablo (2015)	Menguji peran tipe tertentu dari kepemimpinan organisasi – kepemimpinan yang berorientasi pada pengetahuan – dalam inisiatif manajemen pengetahuan yang berusaha untuk mencapai inovasi.	Teknik analisis: PLS	Ada efek mediasi praktik manajemen pengetahuan dalam hubungan antara kepemimpinan berorientasi pengetahuan dan kinerja inovasi. Sejalan dengan literatur, hasil menunjukkan bahwa, meskipun praktik manajemen pengetahuan itu sendiri penting untuk tujuan inovasi, keberadaan kepemimpinan semacam ini mendorong pengembangan dan penggunaan manajemen pengetahuan eksplorasi (yaitu, penciptaan) dan eksploitasi (yaitu, penyimpanan, transfer, dan aplikasi) praktik.
3	Banmairuroy et al. (2021)	Mempelajari peran kepemimpinan berorientasi pengetahuan dan pengembangan sumber	Sampel: karyawan organisasi teknologi tinggi dan	Kepemimpinan yang berorientasi pada pengetahuan berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		daya manusia pada keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dari suatu organisasi	inovasi di Thailand Teknik analisis: SEM	berkelanjutan, dimana pengembangan sumber daya manusia tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan. Selain itu, kepemimpinan yang berorientasi pada pengetahuan dan pengembangan sumber daya manusia secara tidak langsung mempengaruhi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui faktor-faktor komponen inovasi organisasi.
4	Jad et al. (2017)	Mengidentifikasi hubungan antara pengetahuan tentang kepemimpinan dan praktik manajemen pengetahuan	Sampel: karyawan industri makanan di provinsi Kurdistan Iran Teknik analisis: regresi	Kegiatan knowledge management berperan penting dalam berfungsinya inovasi produk dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan Knowledge Management (transfer pengetahuan, penyimpanan pengetahuan, penerapan pengetahuan, penciptaan pengetahuan) terhadap kinerja dari inovasi produk.
5	Papa et al. (2018)	Mempelajari pengaruh penggunaan media sosial pada empat proses penciptaan pengetahuan, yaitu sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi, dan inovasi	Sampel: UMKM Teknik analisis: regresi	Media sosial secara positif mempengaruhi tiga dari empat proses penciptaan pengetahuan dan bahwa mereka membantu mendorong proses inovasi. Dari perspektif teoretis, penelitian ini berkontribusi pada literatur yang mempertimbangkan alat

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				digital tertentu dan pengaruhnya terhadap penciptaan dan inovasi pengetahuan. Faktanya, beberapa penelitian telah mempertimbangkan dampak penggunaan media sosial pada variabel lain, seperti ROI dan produktivitas, tetapi tidak pernah pada penciptaan pengetahuan dan inovasi melalui studi kuantitatif.
6	Scuotto et al. (2017)	Menyelidiki apakah TIK berorientasi proses intra-organisasi (penelitian dan pengembangan internal [R&D]) dan antar-organisasi (inovasi terbuka) meningkatkan kinerja inovasi UKM	Sampel: UKM padat pengetahuan di Italia	Proses inovasi intra dan antar organisasi yang berorientasi TIK meningkatkan kedua proses ini dalam menghasilkan produk dan/atau layanan baru
7	Naqshbandi & Jasimuddin (2018)	Menganalisis hubungan antara kepemimpinan berorientasi pengetahuan, inovasi terbuka dan manajemen pengetahuan dalam konteks bisnis internasional	Sampel: perusahaan MNE yang berbasis di Prancis Teknik analisis: SEM	Tingkat kepemimpinan berorientasi pengetahuan yang lebih tinggi dapat mengarah pada peningkatan kemampuan knowledge management dan peningkatan hasil inovasi terbuka. Artinya, kepemimpinan berorientasi pengetahuan memiliki dampak positif langsung pada kapabilitas knowledge management dan inovasi terbuka. Juga, kemampuan knowledge management ditemukan untuk menengahi

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				hubungan antara kepemimpinan berorientasi pengetahuan dan inovasi terbuka.
8	Sousa & Rocha (2019)	Mengidentifikasi keterampilan yang perlu dikembangkan untuk mengelola bisnis digital yang disruptif untuk mencapai keunggulan kompetitif dimasa depan	Sampel: spesialis IT Teknik analisis: kualitatif	Pelajaran yang ditemukan dan proposal yang dibuat untuk model pengembangan keterampilan bagi manajer bisnis yang mengganggu, yang mengidentifikasi tiga jenis/kategori keterampilan yang perlu dikembangkan – inovasi, kepemimpinan, dan manajemen dalam mencapai keunggulan kompetitif.
9	Knudsen et al. (2021)	Menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap keunggulan kompetitif lebih atau kurang berkelanjutan	Analisis bibliografis	Perusahaan yang menikmati keuntungan jaringan berbasis data memiliki insentif dan kemampuan yang kuat untuk menjangkau pasar yang berdekatan. Dalam jangka panjang, pengepungan tersebut akan menyebabkan peningkatan jumlah pasar yang ditandai dengan keunggulan kompetitif yang lebih berkelanjutan.
10	Dhar (2015)	Menganalisis model terintegrasi yang menguji pengaruh praktik sumber daya manusia kinerja tinggi pada tingkat komitmen	Sampel: karyawan hotel wisata dari Uttarakhand, India Teknik analisis: SEM	Komitmen organisasi dimediasi hubungan antara HRD dan perilaku inovatif layanan karyawan. Ditemukan juga bahwa iklim untuk inovasi bertindak sebagai moderator dalam hubungan antara komitmen organisasi dan perilaku inovatif layanan.

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				Studi ini juga membahas implikasi dari temuan bersama dengan aplikasi praktis yang potensial.
11	Progoulaki & Theotokas (2010)	Merumuskan strategi pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan	Kajian teoritis	Makalah ini mengusulkan bahwa RBV dapat berkontribusi pada konfrontasi rintangan yang dihadapi perusahaan pelayaran dalam pengelolaan sumber daya manusia mereka, dan pada pembentukan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Makalah ini menganalisis temuan studi lapangan, mengenai praktik manajemen sumber daya dan awak yang berbeda yang diterapkan oleh perusahaan pelayaran milik Yunani. Akhirnya, berdasarkan RBV perusahaan, ia mengusulkan kerangka kerja terpadu untuk mengelola sumber daya manusia di industri perkapalan dengan cara yang dapat mengarah pada pembentukan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.
12	Bos-Nehles & Veenendaal, (2019)	Mengeksplorasi efek yang dirasakan praktik SDM terhadap perilaku kerja inovatif pekerja individu dan untuk menguji peran	Sampel: perusahaan manufaktur Belanda Teknik	Persepsi karyawan tentang sistem kompensasi berhubungan negatif dengan perilaku kerja inovatif, dan persepsi karyawan tentang berbagi informasi dan

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		yang dimainkan oleh iklim inovatif dalam hubungan ini	analisis: SEM	pengawasan yang mendukung berhubungan positif dengan perilaku kerja inovatif. Pengaruh persepsi berbagi informasi dan pelatihan dan pengembangan di perilaku kerja inovatif dimoderasi oleh iklim yang inovatif, sedemikian rupa sehingga berbagi informasi memiliki efek yang lebih kuat pada perilaku kerja inovatif dan pelatihan dan pengembangan yang lebih lemah. Manajer dapat merangsang perilaku inovatif dengan berinvestasi dalam berbagi informasi, pengawasan yang mendukung, dan membangun iklim yang inovatif.
13	Dhar (2015b)	Menganalisis model terintegrasi pengaruh praktik sumber daya manusia kinerja tinggi pada tingkat komitmen karyawan	Sampl: karyawan hotel wisata di India Teknik analisis: SEM	Komitmen organisasi dimediasi hubungan antara HRD dan perilaku inovatif layanan karyawan. Ditemukan juga bahwa iklim untuk inovasi bertindak sebagai moderator dalam hubungan antara komitmen organisasi dan perilaku inovatif layanan. Studi ini juga membahas implikasi dari temuan bersama dengan aplikasi praktis yang potensial.
14	Mehmet Akif	Menguji bagaimana	Kajian teoritis	Hasil penelitian

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Demircioglu, (2020)	variabel kontekstual organisasi dan demografis mempengaruhi inovasi dalam organisasi publik		menunjukkan bahwa variabel kontekstual organisasi dan demografis berhubungan dengan implementasi inovasi dalam organisasi publik. Secara khusus, karyawan yang bekerja di organisasi yang lebih besar dan lembaga kebijakan cenderung kurang inovatif sedangkan pria, karyawan yang lebih berpendidikan, karyawan yang lebih berpengalaman, dan manajer organisasi lebih inovatif.
15	Mehmet Akif Demircioglu (2020)	Menguji bagaimana variabel kontekstual organisasi dan demografis mempengaruhi inovasi dalam organisasi publik	Kajian teoritis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kontekstual organisasi dan demografis berhubungan dengan implementasi inovasi dalam organisasi publik. Secara khusus, karyawan yang bekerja di organisasi yang lebih besar dan lembaga kebijakan cenderung kurang inovatif sedangkan pria, karyawan yang lebih berpendidikan, karyawan yang lebih berpengalaman, dan manajer organisasi lebih inovatif
16	Aaltonen <i>et al.</i> (2015)	Eksplorasi sumber penguat keunggulan bersaing berkelanjutan pada UKM sektor makanan	Sampel: UKM sektor makanan Teknik analisis:	Value, rare, imitability, and organization (VRIO) dan mengevaluasi potensi praktis ECH untuk menciptakan keunggulan

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			Deskriptif	kompetitif yang berkelanjutan
17	Alfawaire & Atan (2021)	Menyelidiki secara empiris pengaruh inovasi organisasi, manajemen pengetahuan, dan manajemen sumber daya manusia strategis, dengan variabel dependen keunggulan kompetitif berkelanjutan	Sampel: Universitas di Yordania Teknik analisis: regresi moderasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara pasangan variabel berikut: KM dan SCA; SHRM dan SCA; SHRM dan OI; KM dan OI; dan OI dan SCA, sedangkan OI ditemukan memiliki dampak mediasi signifikan parsial dan tidak langsung pada hubungan langsung antara KM dan SHRM dan universitas (organisasi) yang mendapatkan SCA. Akhirnya, disimpulkan bahwa perhatian lebih perlu diberikan pada aspek OI dalam organisasi dan untuk mengintegrasikannya dengan KM dan SHRM dengan cara mempromosikan SCA.
18	Aliu & Oni (2020)	Mengeksplorasi strategi pemasaran sebagai paradigma untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi UKM di sektor manufaktur	Sampel: UKM sektor manufaktur Teknik analisis: Analisis kualitatif	Temuan mengungkapkan bahwa perusahaan pemasaran yang baik memenangkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan dengan memahami kebutuhan pelanggan dan merancang strategi pemasaran yang digerakkan oleh pelanggan. Strategi pemasaran seperti

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>kepemimpinan biaya, diferensiasi produk, dan segmentasi pasar sekarang banyak digunakan dan dipraktekkan oleh perusahaan mapan di pasar yang sangat kompetitif sebagai obat mujarab untuk daya saing masa depan dan keberlanjutan jangka panjang. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran merupakan alat yang baik dalam mencapai daya saing bisnis.</p>
19	Arsawan <i>et al.</i> (2022)	Mengkaji dan menjelaskan peran berbagi pengetahuan dalam membentuk budaya inovasi untuk meningkatkan kinerja bisnis dan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan	Sampel: UKM ekspor di Bali Teknik analisis: PLS-SEM	Berbagi pengetahuan secara signifikan mempengaruhi budaya inovasi, kinerja bisnis dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Secara teoritis, penelitian ini memberikan wawasan tentang body of knowledge dalam budaya inovasi dan kinerja bisnis sebagai variabel mediator. Temuan penelitian ini dapat memotivasi para manajer dan praktisi untuk menekankan pada berbagi pengetahuan dan budaya inovasi di sektor UKM.
20	Bavarsad <i>et al.</i> (2015)	Menganalisis dampak pemasaran kewirausahaan pada keunggulan kompetitif	Teknik analisis: PLS-SEM	Pemasaran kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, dan

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		yang berkelanjutan, dan kemampuan inovasi organisasi.		kemampuan inovasi organisasi.
21	Damayanti (2021)	Mengeksplorasi bagaimana peran knowledge creation melalui proses SECI (socialization, externalization, combination dan internalization) dalam meningkatkan SMEs performance	Sampel: UKM di Jawa Tengah Teknik analisis: PLS-SEM	Knowledge oriented leadership memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap knowledge creation (SECI process). Pada knowledge creation, externalization dan internalization memberikan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan socialization dan combination memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap value of knowledge congruence. Value of knowledge congruence mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap SMEs performance. Dengan demikian, peran knowledge creation melalui SECI process secara keseluruhan dapat meningkatkan SMEs performance.
22	Elidemir <i>et al.</i> (2020)	Menguji perilaku inovatif karyawan (IB) dan kreativitas masing-masing sebagai mediator dan moderator, dari dampak praktik kerja kinerja tinggi (HPWP) pada keunggulan	Sampel: hotel bintang 4 Teknik analisis: PLS-SEM	Hasilnya menunjukkan bahwa HPWP secara tidak langsung memprediksi CA melalui IB. Selain itu, kreativitas memoderasi dampak HPWP pada perilaku inovatif secara positif dan pada keunggulan kompetitif secara negatif.

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		kompetitif berkelanjutan (CA)		Perilaku inovatif karyawan dapat menghasilkan keuntungan substansial bagi organisasi jasa yang bersaing dengan produk akhir yang semi-homogen.
23	Hajimohammadi <i>et al.</i> (2019)	Mengevaluasi mediator teknologi dari informasi modern dan hubungan dengan kemajuan pengetahuan dan ventilasi persaingan yang dapat dipertahankan.	Sampel: UKM teknologi Teknik analisis: SEM	Teknologi informasi memiliki dampak positif dan signifikan dalam penciptaan dan peningkatan <i>sustainable competitive advantage</i> . Pada akhirnya, melihat bahwa teknologi informasi modern adalah mediator penting dalam hubungan antara <i>konowledge management</i> dan <i>sustainable competitive advantage</i> .
24	Indriyaningrum & Fachrunnisa (2021)	Menguji model peningkatan <i>Sustainability Competitive Advantage</i> berdasarkan <i>Innovation Culture, Adaptation Capability</i> dan <i>IT Adoption</i>	Sampel: UKM Batik di Yogyakarta Teknik analisis: PLS-SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UKM perlu mengupayakan pengembangan Budaya Inovasi, berupa penciptaan produk dan layanan baru serta mencari peluang pasar baru untuk menjalankan usahanya. Budaya Inovasi berguna untuk menumbuhkan kemampuan beradaptasi berupa menciptakan perubahan, fokus pada layanan, dan mengembangkan pengetahuan. Budaya Inovasi yang terbentuk juga berdampak pada kemampuan penerapan

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>teknologi informasi yaitu keunggulan relatif, kemampuan beradaptasi, dan kepraktisan. Kemampuan Adaptasi dan Adopsi Teknologi Informasi yang telah terbentuk di UKM, dapat membantu meningkatkan Keunggulan Kompetitif agar berkelanjutan, ditandai dengan peningkatan pengurangan biaya, diferensiasi dan kualitas.</p>
25	Jahanshahi <i>et al.</i> (2015)	Menganalisis pengaruh orientasi pasar dan pembelajaran organisasi terhadap keunggulan kompetitif UKM.	Studi teoritik	Menggabungkan orientasi pasar dan pembelajaran organisasi dapat membantu UKM tidak hanya memenangkan persaingan mereka tetapi juga mempertahankan keunggulan mereka dari waktu ke waktu dan dalam berbagai kondisi.
26	Kadir <i>et al.</i> (2018)	Menganalisis pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Entrepreneurship terhadap Sustainable Competitive Advantage pada UKM	Sampel: UKM di Malaysia Teknik analisis: SEM	Modal intelektual dan kewirausahaan perusahaan berpengaruh dalam mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada UKM di Malaysia. Modal intelektual mampu meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di UKM, dan Kewirausahaan perusahaan juga meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di UKM.

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
27	Kurniati <i>et al.</i> (2019)	Mengetahui dan menganalisis kapasitas pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) batik di Jawa Tengah, Indonesia	Sampel: UKM Batik di Jawa Tengah Teknik analisis: Analisis regresi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa skala usaha, kapasitas akses pasar, dan kapasitas finansial berpengaruh terhadap tingkat daya saing UKM batik. Selanjutnya, koperasi dapat memperkuat pengaruh kapasitas pasar dan kapasitas keuangan terhadap daya saing UKM meskipun tidak efektif dalam memperkuat kapasitas teknologi dan inovasi UKM. Kajian ini menunjukkan bahwa UKM berupa industri batik dapat menjadi industri berpenghasilan tinggi dengan kinerja tinggi jika memiliki kemampuan bersaing.
28	Mady <i>et al.</i> (2022)	Menyelidiki pendorong dari tiga jenis eko-inovasi utama dalam usaha manufaktur kecil dan menengah (UKM) di Mesir, serta untuk menguji dampak dari jenis ini dalam mempertahankan keunggulan kompetitif	Sampel: UKM manufaktur di Mesir Teknik analisis: PLS-SEM	Hasil menunjukkan bahwa pendorong internal (kemampuan organisasi, kapasitas penyerapan, dan orientasi lingkungan strategis) memengaruhi jenis inovasi ramah lingkungan. Penggerak eksternal (regulasi, permintaan produk ramah lingkungan dan keunggulan kompetitif) tidak berpengaruh signifikan terhadap jenis inovasi ramah lingkungan. Hasilnya juga mengungkapkan bahwa inovasi eco-organisational dan eco-proses secara

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				signifikan mempengaruhi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.
29	Makhloufi <i>et al.</i> (2018)	Mengeksplorasi hubungan antara IT dan kompetensi inti terhadap sustainable competitive advantage	Sampel: UKM furnitur di Malaysia Teknik analisis: Analisis regresi	Ada hubungan yang kuat antara IT dan kompetensi inti dengan sustainable competitive advantage
30	Yatim <i>et al.</i> (2019)	Menganalisis dampak dari intervensi pemerintah terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan pada UKM, dan memberikan verifikasi empiris pada jenis intervensi pemerintah yang diterima oleh UKM	Sampel: UKM jasa di Malaysia Teknik analisis: Analisis regresi	Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar UKM setuju bahwa intervensi pemerintah penting terhadap keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan keberhasilan UKM. Pengantar Makalah ini menilai bagaimana intervensi pemerintah mempengaruhi hubungan antara kemampuan manajemen informasi dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dari UKM di Malaysia. Salah satu bidang di mana Pemerintah dapat membantu bisnis seperti UKM adalah menyediakan infrastruktur dan fasilitas bisnis yang layak di daerah pedesaan yang tidak memiliki akses telepon dan internet, listrik, pasokan air, irigasi dan drainase, serta fasilitas dasar lainnya.
31	Ngah <i>et al.</i>	Menyelidiki dampak	Sampel:	Modal intelektual dan

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	(2015)	modal intelektual terhadap keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dari UKM	pemilik UKM di Malaysia Teknik analisis: PLS-SEM	manajemen pengetahuan berdampak kuat pada keunggulan kompetitif yang berkelanjutan; namun, manajemen pengetahuan tidak memediasi hubungan antara modal intelektual dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dari UKM di Malaysia.
32	Nimfa (2021a)	Membangun kerangka konseptual Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan melalui manajemen pengetahuan dan kecerdasan inovasi untuk UKM	Studi teoritik	Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan sangat penting jika UKM ingin bertahan dan berkembang dalam lingkungan persaingan global di mana ketidakpastian dan ambiguitas adalah norma. Keberlanjutan bisnis membuat perusahaan tangguh sehingga mereka lebih mampu beradaptasi dengan perubahan. Dikatakan bahwa UKM rentan dan tidak cukup kuat untuk menahan gempuran ekonomi dan persaingan global. Kewirausahaan lebih dari sumber daya dan kemampuan
33	Nimfa (2021b)	Menyelidiki pengaruh budaya organisasi terhadap pertumbuhan UKM yang berkelanjutan; peran mediasi keunggulan kompetitif inovasi.	Sampel: UKM manufaktur peralatan listrik Teknik analisis: PLS-	Budaya organisasi berpengaruh langsung positif signifikan terhadap pertumbuhan berkelanjutan UKM dan keunggulan kompetitif inovasi. Selain itu, penelitian tersebut menegaskan bahwa

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			SEM	keunggulan kompetitif inovasi memiliki hubungan positif langsung yang signifikan dengan pertumbuhan UKM yang berkelanjutan. Selain itu, temuan menetapkan bahwa keunggulan kompetitif inovasi sepenuhnya memediasi hubungan antara budaya organisasi dan pertumbuhan berkelanjutan UKM manufaktur listrik di Nigeria.
34	Nimfa (2021c)	Menguji peran keunggulan kompetitif inovasi pada dimensi orientasi strategis (orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan orientasi sumber daya) terhadap pertumbuhan UKM yang berkelanjutan.	Sampel: UKM manufaktur Teknik analisis: PLS-SEM	Orientasi kewirausahaan tidak secara langsung terkait dengan pertumbuhan UKM yang berkelanjutan. Studi tersebut menegaskan bahwa orientasi pasar dan orientasi sumber daya mengungkapkan hubungan positif langsung dan signifikan dengan pertumbuhan UKM yang berkelanjutan. Demikian pula, keunggulan kompetitif inovasi memiliki hubungan positif langsung yang signifikan dengan pertumbuhan UKM yang berkelanjutan. Demikian pula, orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki hubungan positif langsung dan signifikan dengan keunggulan kompetitif inovasi. Namun, orientasi

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				sumber daya tidak berhubungan signifikan dengan keunggulan bersaing inovasi. Temuan memvalidasi bahwa keunggulan kompetitif inovasi memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan pertumbuhan UKM yang berkelanjutan. Akhirnya, keunggulan kompetitif inovasi tidak memediasi antara orientasi sumber daya dan pertumbuhan berkelanjutan UKM, yang sebelumnya belum pernah dibuktikan dalam studi empiris.
35	Osman & Ngah (2016)	Menilai keunggulan kompetitif berkelanjutan dalam kaitannya dengan modal intelektual, manajemen pengetahuan, dan inovasi pada UKM milik wanita di Malaysia	Sampel: wanita pelaku UKM di Malaysia Teknik analisis: SEM	Perempuan tampaknya menghadapi kesulitan untuk berpindah dari satu fase ke fase lainnya untuk bertahan dalam proses kewirausahaan; mereka dinilai lebih rendah dalam hal memulai usaha dibandingkan dengan laki-laki. Makalah ini memberikan diskusi konseptual tentang peran modal intelektual, manajemen pengetahuan, dan inovasi dalam mempertahankan keunggulan kompetitif perempuan pemilik UKM. Variabel yang diselidiki akhirnya mencoba untuk

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				membangun dan menguji kerangka terpadu untuk modal intelektual.
36	Quaye & Mensah (2019)	Menetapkan bagaimana UKM dapat mempertahankan atau meningkatkan keunggulan kompetitif mereka dengan mengintegrasikan sumber daya dan kemampuan	Sampel: UKM manufaktur Teknik analisis: SEM	Studi ini menemukan inovasi desain produk dan kemasan, inovasi promosi, inovasi ritel dan inovasi harga memberikan keuntungan pasar yang berkelanjutan untuk UKM. Makalah ini juga menemukan bahwa desain dan kemasan produk baru adalah pendorong utama keunggulan pasar yang berkelanjutan diikuti oleh gerai ritel yang inovatif.
37	Rapitsenuane (2014)	Mengeksplorasi cara-cara yang efektif dan sesuai konteks melalui mana UKM manufaktur dapat menciptakan keunggulan kompetitif melalui desain dan Sistem Layanan Produk (PSS) yang berkelanjutan	Sampel: UKM manufaktur Teknik analisis: SPSS	Temuan dari lokakarya menunjukkan bahwa melalui kemampuan desain, UKM dapat mengenali peluang dan menerjemahkannya dalam konteks layanan menjadi penawaran berbeda yang sesuai untuk berbagai pasar mereka. Pendekatan desain juga menawarkan proses yang disederhanakan namun holistik bagi UKM untuk terlibat dalam pemikiran sistem.
38	Revilla-Camacho <i>et al.</i> (2014)	Mencari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam periode resesi ekonomi untuk UKM dan	Sampel: pengusaha muda UKM Teknik analisis: Studi	Data untuk penelitian empiris diperoleh dari sampel pengguna reguler perusahaan di sektor citra pribadi, sektor yang sebagian besar terdiri dari

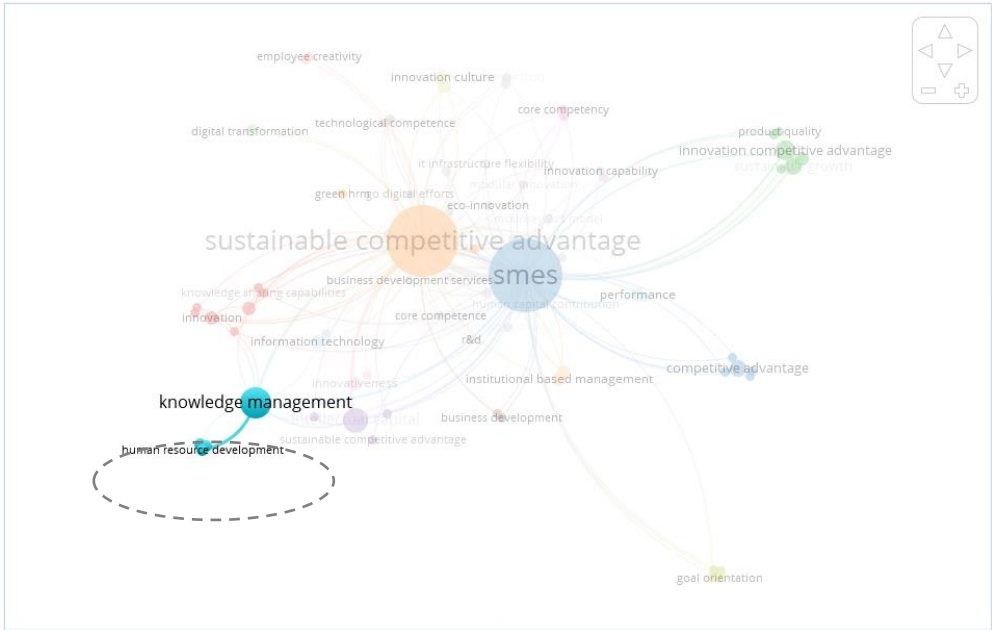
No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		pengusaha	teoritik	pengusaha muda, wiraswasta, dan usaha mikro. Implikasi bagi manajemen akan berasal dari kebutuhan untuk mendorong partisipasi aktif pelanggan dalam penciptaan nilai dengan mengadaptasi tindakan dan proses dengan pemikiran ini. Ini dapat menjadi sangat penting dalam kasus perusahaan kecil dan pengusaha, dipaksa mencari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan ketika menghadapi perusahaan besar.
39	Stelzer & Brecht (2011)	Menganalisis hubungan antara kompetensi teknologi dan keunggulan kompetitif berkelanjutan dari UKM teknologi	Sampel: UKM di Jerman Teknik analisis: SEM	Semakin tinggi kompetensi teknologi, semakin tinggi pula kinerja inovasi perusahaan dan pengaruhnya terhadap kesuksesan bisnis yang langgeng.
40	Sudarmiati & Suharto (2016)	Mendeskripsikan dan menganalisis strategi bersaing produk makanan tradisional keripik kedelai di Malang Jawa Timur	Sampel: UKM di Malang Teknik analisis: Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri makanan tradisional keripik kedelai asal Malang, Indonesia berpotensi menjadi produk unggulan di pasar global. Selain kandungan protein nabati yang tinggi, keripik kedelai kota Malang juga memiliki varian rasa yang beragam. Kehadiran KOPTI Bangkit Usaha di UKM keripik

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				kedelai diharapkan dapat mengendalikan kelangsungan usaha yang berpotensi menjadi keunggulan bersaing berkelanjutan.
41	Sumerta <i>et al.</i> (2020)	Menganalisis peran konsumsi berkelanjutan dalam memediasi hubungan inovasi teknis dengan keunggulan kompetitif	PLS-SEM	Inovasi teknis berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi berkelanjutan. technical innovation berpengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage. Konsumsi berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Konsumsi berkelanjutan memediasi hubungan antara inovasi teknis dan keunggulan kompetitif.
42	Tali <i>et al.</i> (2021)	Menyelidiki dampak dari dua komponen keunggulan kompetitif inovasi, yaitu preferensi pelanggan dan model bisnis strategis, terhadap kualitas produk untuk pertumbuhan berkelanjutan di kalangan UKM.	Sampel: UKM manufaktur Teknik analisis: PLS-SEM	Preferensi pelanggan tidak secara langsung mempengaruhi kualitas produk; namun, adopsi teknologi memediasi hubungan antara preferensi pelanggan dan kualitas produk. Model bisnis strategis ditemukan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas produk, dan hubungan ini juga dimediasi oleh adopsi teknologi. Penelitian ini merekomendasikan agar

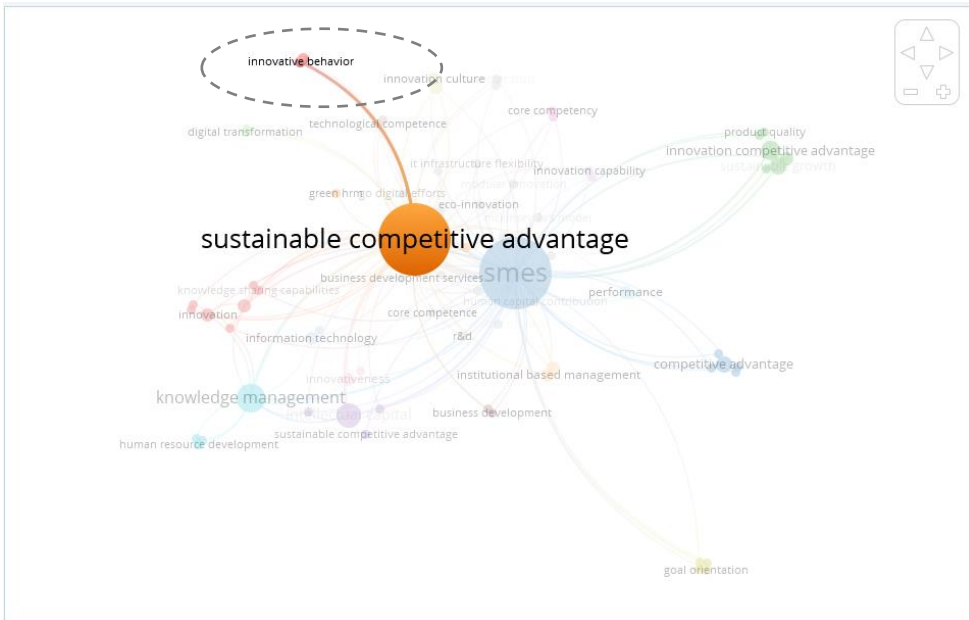
No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>pengelola UKM manufaktur mengakui bahwa peningkatan kualitas produk melalui inovasi strategi keunggulan kompetitif dan adopsi teknologi menguntungkan bagi pertumbuhan UKM yang berkelanjutan.</p>
43	Vătămănescu <i>et al.</i> (2019)	<p>Memajukan kerangka kerja komprehensif yang dimaksudkan untuk menjembatani tiga konsep utama, yaitu modal intelektual (IC), proses internasionalisasi usaha kecil dan menengah (UKM) dan pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan</p>	Studi literatur	<p>Makalah konseptual di lapangan langka meskipun beragam tujuan dan pendekatannya. Studi empiris berbasis kuantitatif lebih unggul daripada studi kualitatif, sementara desain penelitian metode campuran masih sedikit. Dalam hal isi, studi yang masih ada gagal memajukan penelitian dan pengujian model struktural dan menilai hubungan spesifik antara konstruksi dan memanfaatkan jalan penelitian baru yang berfokus pada proses internasionalisasi UKM melalui pemanfaatan modal intelektual dan pencapaian kemajuan kompetitif yang berkelanjutan.</p>
44	Yatim <i>et al.</i> (2022)	<p>Menganalisis kaitan kemampuan UKM terhadap keunggulan kompetitif yang berkelanjutan</p>		<p>Manajemen pengetahuan, inovasi dan teknologi mempengaruhi keunggulan kompetitif berkelanjutan UKM di Malaysia, sedangkan pengaruh kemampuan manajemen</p>

No	Peneliti	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				informasi tidak signifikan
45	Yudistira <i>et al.</i> (2019)	Mengkaji peran modal manusia dalam meningkatkan kinerja keuangan dan keunggulan bersaing	Sampel: UKM sektor teknologi di Malaysia Teknik analisis: PLS-SEM	Hasilnya berkontribusi secara teoritis dan praktis, terutama upaya organisasi dalam menjaga stabilitas kinerja keuangan, keberlanjutan dan keunggulan kompetitif. Hasil analisis menunjukkan bahwa modal manusia berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan, modal manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Keterbatasan penelitian dibahas dalam makalah.
46	Zia (2020)	Menguji asosiasi kepemimpinan berorientasi pengetahuan (KOL), perilaku manajemen pengetahuan (KM) dan kinerja inovasi dalam usaha kecil dan menengah berbasis proyek	Sampel: UKM kerajinan kayu Teknik analisis: PLS-SEM	KOL berhubungan positif dengan perilaku KM dan kinerja inovasi. KM memediasi hubungan KOL dan kinerja inovasi. Selanjutnya, orientasi tujuan memainkan peran moderasi dalam hubungan KOL dengan akuisisi pengetahuan, transfer dan aktivitas aplikasi

2e. Overlay Visualization by Human Resource Development



2f. Overlay Visualization by Innovative Behavior



LAMPIRAN 3. KUESIONER PENELITIAN

SURAT PENGANTAR ANGKET PENELITIAN

Kepada YTH.

Pelaku UMKM Jawa Timur

Di tempat

Dengan hormat,

Melalui surat ini, kami menyampaikan permohonan izin untuk melakukan riset penelitian Studi S3 Ilmu Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang berjudul **“Pengaruh Gaya Kepemimpinan Berorientasi Pengetahuan, Transformasi Digital, dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Melalui Perilaku Inovatif dan Inovasi Organisasi pada UMKM di Jawa Timur”** di tempat bapak/ibu yang memiliki industri UMKM, kami meminta izin untuk mengambil data dalam bentuk pengisian angket kuesioner yang akan di isi oleh pemilik atau karyawan di industri UMKM.

Apabila ada kesalahan dalam kalimat atau angket kami memohon maaf yang sebesar-besarnya dan kami mengucapkan terima kasih banyak kami sudah di bantu dalam pengisian angket kuesioner.

Surabaya, 15 Mei 2022

Peneliti

KUISONER PENELITIAN

PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN BERORIENTASI PENGETAHUAN, TRANSFORMASI DIGITAL, DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF BERKELANJUTAN MELALUI PERILAKU INOVATIF DAN INOVASI ORGANISASI PADA USAHA MIKRO DAN KECIL DI JAWA TIMUR

Isilah dengan singkat dan jelas berdasarkan identitas Bapak/Ibu dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan.

1) Tanggal pengisian :

2) Nama Responden : (boleh dikosongkan)

3) Usia saat ini:

<input type="checkbox"/> 21-27 Tahun (Generasi Z)	<input type="checkbox"/> 28-41 Tahun (Generasi Y)	<input type="checkbox"/> 42-57 Tahun (Generasi X)	<input type="checkbox"/> > 57 Tahun (Baby Boomers)
--	--	--	---

4) Jenis Kelamin :

Pria Wanita

5) Pendidikan Terakhir :

SMA Diploma S1 S2/S3

6) Usaha mikro atau kecil berada di Desa Wisata kategori:

MANDIRI BERKEMBANG RINTISAN

7) Jenis sektor industri kerajinan

Tanah liat Logam Kayu/ Bambu

Barang bekas Batu Serat alam

Isi jenis industri kerajinan lainnya:

1) Lama Berbisnis UMKM

< 2Tahun 5-8 Tahun 11-15 Tahun
 2-5 Tahun 8-11 Tahun > 15 Tahun

Isilah setiap pernyataan berikut dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan.

Keterangan pilihan jawaban

STS = Sangat Tidak Setuju S = Setuju
 TS = Tidak Setuju SS = Sangat Setuju
 N = Netral

No	Kepemimpinan Berorientasi Pengetahuan	STS	TS	N	S	SS
1.1 Lingkungan (<i>Environment</i>)						
1.	Kepemimpinan telah menciptakan lingkungan untuk perilaku karyawan yang bertanggung jawab					
2.	Kepemimpinan telah menciptakan lingkungan untuk perilaku karyawan yang dapat bekerja <i>team work</i>					
1.2 Peran Pemimpin (<i>Leadership</i>)						
3.	Peran pemimpin ditandai dengan keterbukaan					
4.	Peran pemimpin ditandai dengan toleransi kesalahan					
5.	Peran pemimpin ditandai dengan mediasi untuk pencapaian tujuan perusahaan					
1.3 Knowledge Internal						
6.	Pemimpin perlu memberikan pembelajaran dari pengalaman					
7.	Pemimpin menoleransi kesalahan hingga titik tertentu					
1.4 Knowledge External						
8.	Pemimpin memberikan pemahaman kondisi					

No	Kepemimpinan Berorientasi Pengetahuan	STS	TS	N	S	SS
	<i>real time</i>					
9.	Pemimpin memberikan kesempatan memperoleh pengetahuan dari pihak lain					
1.5 Perilaku (<i>Behavior</i>)						
10.	Pemimpin bisa bertindak sebagai penasihat					
11.	Pemimpin perlu melakukan kontrol yang bertujuan untuk memberikan penilaian dalam pencapaian tujuan					
1.6 Penghargaan (<i>Reward</i>)						
12.	Pemimpin memberikan penghargaan kepada karyawan yang dapat membagikan pengetahuannya					
13.	Pemimpin memberikan penghargaan kepada karyawan yang dapat menerapkan pengetahuan mereka					

No	Transformasi Digital	STS	TS	N	S	SS
2.1 Keberadaan Aktif Online						
14.	Perubahan pemasaran dari <i>offline</i> ke <i>online</i> penting untuk dilakukan dengan segera					
15.	Pemanfaatan media <i>online</i> bermanfaat untuk promosi					
2.2 Penjualan Terkoordinasi						
16.	Proses penjualan melalui <i>e-commerce</i> cukup efektif					
17.	Pemanfaatan <i>fintech</i> sangat memudahkan sebagai alat pembayaran					
2.3 Kolaborasi						
18.	Kolaborasi bisnis menggunakan platform media sosial sangat bermanfaat					
19.	Kolaborasi bisnis menggunakan <i>Apps</i> atau <i>Web</i> sangat bermanfaat					
2.4 Efisiensi						
20.	Operasional bisnis menjadi lebih sederhana					

No	Transformasi Digital	STS	TS	N	S	SS
	dengan berbasis digital					
21.	Terjadi peningkatan pelayanan dengan teknologi berbasis digital					
2.5 Kapitalisasi dan Penggunaan Data						
22.	Digitalisasi menciptakan <i>database</i> untuk pengambilan keputusan dengan pemetaan pasar					
23.	Digitalisasi menciptakan <i>database</i> untuk pengambilan keputusan dengan penentuan produk layanan					
2.6 Bertahan Selama Pandemi						
24.	Bisnis menjadi berkembang karena <i>Go-Online</i>					
25.	Transformasi digital membantu mempertahankan eksistensi bisnis					
2.7 Pemanfaatan Teknologi						
26.	Platform teknologi menawarkan kemudahan dalam bertransaksi					
27.	Teknologi memberikan pelayanan 24 jam menggunakan <i>system cloud computing</i> atau <i>automatic system</i>					

No	<i>Human Resources Development (HRD)</i>	STS	TS	N	S	SS
3.1 Re-Skilling						
28.	HRD Memberikan pelatihan kemampuan baru kepada karyawan					
29.	<i>Reskilling</i> membantu mengelola perubahan serta navigasi upaya perencanaan tenaga kerja di masa depan					
3.2 Peningkatan Kemampuan Khusus						
30.	Karyawan mampu beradaptasi dengan teknologi					
31.	Karyawan mampu mendukung teknologi baru					

No	Human Resources Development (HRD)	STS	TS	N	S	SS
3.3 Keterampilan						
32.	Karyawan bersedia meningkatkan keterampilan digital					
33.	Karyawan memahami konsep pemasaran digital					
3.4 Jaringan Terhubung						
34.	Perusahaan mampu menghubungkan inovasi kepada karyawannya melalui platform digital					
35.	Perusahaan mampu menghubungkan pengetahuan kepada karyawannya melalui platform digital					

No	Perilaku Inovatif	STS	TS	N	S	SS
4.1 Tantangan Kerja (Job Challenge)						
36.	Karyawan tertantang untuk berinovasi karena motif ekstrinsik (kenaikan gaji)					
37.	Karyawan tertantang untuk berinovasi karena motif intrinsik (insentif)					
4.2 Otonomi (Autonomy)						
38.	Karyawan akan lebih inovatif bila memiliki pemimpin yang demokratis dalam mengambil keputusan					
39.	Karyawan akan lebih inovatif bila memiliki pemimpin yang bisa mengontrol ketika karyawan bekerja					
4.3 Perhatian Strategis (Strategic Attention)						
40.	Perusahaan sudah memberikan perhatian yang khusus kepada karyawannya					
41.	Perusahaan sudah memberikan dukungan moral kepada karyawannya agar terhindar dari stres kerja					
4.4 Situasi yang Mendukung (Supportive Climate)						
42.	Memfasilitasi situasi diperlukan agar karyawan berinisiasi dengan melakukan					

No	Perilaku Inovatif	STS	TS	N	S	SS
	berinovasi					
43.	Menciptakan kondisi yang diharapkan karyawan agar dapat memiliki inisiatif dalam melakukan inovasi					
4.5 Kontak Luar (<i>External Contacts</i>)						
44.	Semakin sering karyawan berinteraksi dengan klien akan memberikan peluang pengembangan layanan baru					
45.	Komunikasi dengan kompetitor dapat mengidentifikasi pola ancaman ke depan untuk berinovasi					
4.6 Perbedaan (<i>Differentiation</i>)						
46.	Situasi pasar mempengaruhi perilaku inovatif karyawan					
47.	Penjualan memengaruhi perilaku inovatif karyawan					
4.7 Variasi Permintaan (<i>Variation in Demand</i>)						
48.	Pelanggan menginginkan layanan yang berbeda sehingga membuat karyawan dipaksa menghasilkan ide-ide baru					
49.	Harapan pelanggan yang semakin kompleks membuat karyawan dipaksa menghasilkan ide baru untuk dapat memenuhinya					

No	Inovasi Organisasi	STS	TS	N	S	SS
5.1 Inovasi Teknologi						
50.	Memiliki cara baru dapat dilakukan dengan bantuan perangkat sistem teknologi					
51.	Inovasi teknologi membangun keunggulan kompetitif proses bisnis menjadi lebih efektif					
5.2 Inovasi Administrasi						
52.	Perusahaan mampu menerapkan rotasi pekerjaan terhadap karyawannya					
53.	Penilaian kinerja karyawan sudah					

No	Inovasi Organisasi	STS	TS	N	S	SS
	berorientasi pada pencapaian target kerja					
5.3 Inovasi Strategi						
54.	Inovasi strategi telah memberikan perubahan terhadap cara pandang (<i>new mindset</i>) terhadap perubahan teknologi yang dinamis					
55.	Inovasi strategi menuntut karyawan untuk memberikan kontribusi pada penerapan model bisnis baru di era digital					

No	Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan	STS	TS	N	S	SS
6.1 Superior Efficiency						
56.	Bahan baku bisa didapatkan dengan lebih mudah melalui sistem jaringan digital antar pemasok					
57.	Dengan sistem transaksi digital dapat membuat struktur biaya semakin rendah					
6.2 Superior Quality						
58.	Kualitas produk UMKM terjamin, karena telah melalui proses kontrol kualitas					
59.	Produk UMKM memberikan manfaat yang optimal bagi pelanggan					
6.3 Superior Innovation						
60.	Produk UMKM selalu memiliki ciri khas tersendiri					
61.	Perusahaan mampu memperkenalkan proses produksi yang inovatif untuk menghasilkan peluang produk baru yang lebih besar					
6.4 Superior Customer Responsiveness						
62.	Perusahaan dapat memberikan layanan ekstra kepada pelanggan					
63.	Perusahaan semakin responsif terhadap kebutuhan pelanggan					

TERIMAKASIH

375	41-50 Tahun	Pria	SMA	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	5-8 Tahun	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	
376	31-40 Tahun	Pria	S2/S3	Pengolahan Tembaku	2-5 Tahun	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3
377	41-50 Tahun	Pria	S1	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	11-15 Tahun	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	
378	31-40 Tahun	Pria	S2/S3	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	11-15 Tahun	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	
379	>50 Tahun	Pria	SMA	Pengolahan Tembaku	8-11 Tahun	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
380	31-40 Tahun	Pria	S1	Pengolahan Tembaku	11-15 Tahun	5	3	4	4	4	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	
381	21-30 Tahun	Pria	SMA	Pakaian Jadi	5-8 Tahun	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	
382	>50 Tahun	Pria	S1	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	5-8 Tahun	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	
383	21-30 Tahun	Pria	S1	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	<2 Tahun	4	3	3	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	
384	41-50 Tahun	Pria	SMA	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	5-8 Tahun	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3		
385	31-40 Tahun	Wanita	SMA	Makanan & Minuman	5-8 Tahun	4	5	3	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4		
386	31-40 Tahun	Pria	S1	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	2-5 Tahun	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3		
387	31-40 Tahun	Pria	S1	Pengolahan Tembaku	8-11 Tahun	5	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4		
388	21-30 Tahun	Wanita	S1	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	2-5 Tahun	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3		
389	41-50 Tahun	Wanita	S1	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	5-8 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5		
390	31-40 Tahun	Wanita	SMA	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	<2 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5		
391	31-40 Tahun	Wanita	SMA	Makanan & Minuman	8-11 Tahun	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4		
392	41-50 Tahun	Wanita	Diploma	Furnitur	8-11 Tahun	4	5	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5		
393	31-40 Tahun	Pria	SMA	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	5-8 Tahun	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4		
394	21-30 Tahun	Pria	Diploma	Pengolahan Tembaku	8-11 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4		
395	41-50 Tahun	Pria	SMA	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	5-8 Tahun	5	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5		
396	41-50 Tahun	Pria	S1	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	5-8 Tahun	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3		
397	41-50 Tahun	Wanita	S1	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	5-8 Tahun	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
398	41-50 Tahun	Pria	SMA	Furnitur	<2 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4		
399	>50 Tahun	Pria	Diploma	Pakaian Jadi	5-8 Tahun	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3		
400	41-50 Tahun	Wanita	SMA	Makanan & Minuman	5-8 Tahun	3	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4		

LAMPIRAN 5. OUTPUT UJI VALIDITAS KRITERIA

Variabel X1

	Tot_X1		N
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	
Item_01	.700**	.000	50
Item_02	.728**	.000	50
Item_03	.714**	.000	50
Item_04	.800**	.000	50
Item_05	.637**	.000	50
Item_06	.743**	.000	50
Item_07	.791**	.000	50
Item_08	.706**	.000	50
Item_09	.776**	.000	50
Item_10	.703**	.000	50
Item_11	.724**	.000	50
Item_12	.739**	.000	50
Item_13	.765**	.000	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_01	47.64	39.664	.638	.922
Item_02	47.58	40.004	.678	.921
Item_03	47.72	38.940	.648	.922
Item_04	48.00	36.653	.740	.919
Item_05	47.66	40.392	.568	.925
Item_06	47.36	39.582	.693	.920
Item_07	47.84	39.729	.752	.919
Item_08	47.76	39.737	.648	.922
Item_09	47.44	39.068	.729	.919
Item_10	47.68	40.140	.648	.922
Item_11	47.46	40.172	.674	.921
Item_12	47.48	39.357	.684	.920
Item_13	47.58	39.677	.720	.919

Variabel X2

	Tot_X2		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Item_14	.645**	.000	50
Item_15	.721**	.000	50
Item_16	.668**	.000	50
Item_17	.632**	.000	50
Item_18	.682**	.000	50
Item_19	.580**	.000	50
Item_20	.648**	.000	50
Item_21	.695**	.000	50
Item_22	.655**	.000	50
Item_23	.698**	.000	50
Item_24	.636**	.000	50
Item_25	.765**	.000	50
Item_26	.719**	.000	50
Item_27	.686**	.000	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_14	55.30	32.173	.586	.902
Item_15	55.46	30.866	.660	.899
Item_16	55.36	31.664	.606	.901
Item_17	55.44	31.925	.564	.903
Item_18	55.50	31.316	.617	.901
Item_19	55.34	32.474	.510	.905
Item_20	55.28	31.675	.580	.902
Item_21	55.42	31.391	.635	.900
Item_22	55.38	31.587	.588	.902
Item_23	55.62	30.649	.627	.901
Item_24	55.26	31.747	.566	.903
Item_25	55.44	30.211	.709	.897
Item_26	55.34	31.004	.660	.899
Item_27	55.44	31.762	.630	.901

Variabel X3**Correlations**

	Tot_X3		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Item_28	.585**	.000	50
Item_29	.600**	.000	50
Item_30	.669**	.000	50
Item_31	.769**	.000	50
Item_32	.621**	.000	50
Item_33	.701**	.000	50
Item_34	.690**	.000	50
Item_35	.642**	.000	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_28	27.72	11.389	.442	.805
Item_29	27.54	11.111	.445	.805
Item_30	27.68	10.630	.526	.794
Item_31	27.74	10.400	.673	.772
Item_32	27.34	11.372	.498	.797
Item_33	27.68	10.753	.585	.785
Item_34	27.76	10.676	.563	.788
Item_35	27.32	11.242	.521	.794

Variabel Y1

	Tot_Y1		N
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	
Item_36	.772**	.000	50
Item_37	.622**	.000	50
Item_38	.603**	.000	50
Item_39	.653**	.000	50
Item_40	.717**	.000	50
Item_41	.800**	.000	50
Item_42	.721**	.000	50
Item_43	.652**	.000	50
Item_44	.716**	.000	50
Item_45	.565**	.000	50
Item_46	.712**	.000	50
Item_47	.768**	.000	50
Item_48	.725**	.000	50
Item_49	.728**	.000	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_36	51.64	40.807	.724	.909
Item_37	51.78	42.257	.550	.916
Item_38	51.84	42.627	.531	.916
Item_39	51.82	41.987	.587	.914
Item_40	51.86	42.204	.668	.912
Item_41	51.92	39.381	.749	.908
Item_42	51.64	40.643	.657	.912
Item_43	51.92	42.320	.589	.914
Item_44	51.66	42.270	.667	.912
Item_45	51.60	43.714	.502	.917
Item_46	51.54	41.641	.656	.912
Item_47	51.52	41.561	.725	.910
Item_48	51.60	41.306	.669	.911
Item_49	51.50	41.071	.671	.911

Variabel Y2

Correlations

	Tot_Y2		N
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	
Item_50	.750**	.000	50
Item_51	.802**	.000	50
Item_52	.633**	.000	50
Item_53	.750**	.000	50
Item_54	.765**	.000	50
Item_55	.767**	.000	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_50	20.18	7.457	.622	.802
Item_51	19.84	7.525	.711	.788
Item_52	20.48	7.969	.464	.832
Item_53	20.50	6.908	.582	.816
Item_54	20.06	7.690	.661	.797
Item_55	20.24	7.411	.648	.797

Variabel Y3**Correlations**

	Tot_Y3		N
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	
Item_56	.675**	.000	50
Item_57	.780**	.000	50
Item_58	.819**	.000	50
Item_59	.563**	.000	50
Item_60	.721**	.000	50
Item_61	.823**	.000	50
Item_62	.647**	.000	50
Item_63	.680**	.000	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_56	28.36	13.786	.580	.851
Item_57	28.10	12.500	.688	.838
Item_58	28.68	11.773	.729	.833
Item_59	28.00	14.286	.444	.863
Item_60	28.00	13.184	.623	.846
Item_61	28.18	12.600	.755	.831
Item_62	28.30	13.480	.524	.857
Item_63	28.20	13.347	.568	.852

LAMPIRAN 6. OUTPUT UJI VALIDITAS UNIDIMENSIONALITAS**Variabel X1****KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.877
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	371.104
	df	78
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.009	53.913	53.913	7.009	53.913	53.913
2	1.095	8.420	62.333			
3	.907	6.974	69.307			
4	.802	6.168	75.475			
5	.636	4.890	80.365			
6	.533	4.102	84.467			
7	.429	3.301	87.767			
8	.387	2.975	90.743			
9	.331	2.547	93.290			
10	.262	2.017	95.307			
11	.246	1.889	97.197			
12	.224	1.724	98.921			
13	.140	1.079	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Variabel X2**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.799
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	322.864
	df	91
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.382	45.584	45.584	6.382	45.584	45.584
2	1.174	8.385	53.970			
3	.955	6.821	60.791			
4	.855	6.107	66.897			
5	.806	5.760	72.657			
6	.727	5.195	77.852			
7	.702	5.014	82.867			
8	.577	4.120	86.986			
9	.488	3.482	90.469			
10	.463	3.308	93.776			
11	.330	2.357	96.134			
12	.208	1.484	97.618			
13	.202	1.440	99.058			
14	.132	.942	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Variabel X3

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.746
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	115.373
	df	28
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.519	43.982	43.982	3.519	43.982	43.982
2	1.084	13.555	57.538			
3	.872	10.894	68.431			
4	.793	9.910	78.342			
5	.551	6.886	85.228			
6	.514	6.424	91.652			
7	.407	5.092	96.743			
8	.261	3.257	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Variabel Y2**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.837
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	387.229
	df	91
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.861	49.008	49.008	6.861	49.008	49.008
2	1.347	9.624	58.632			
3	1.122	8.018	66.649			
4	.836	5.973	72.622			
5	.788	5.630	78.253			
6	.597	4.262	82.515			
7	.493	3.522	86.037			
8	.475	3.396	89.433			
9	.391	2.790	92.222			
10	.324	2.312	94.534			
11	.276	1.970	96.504			
12	.206	1.471	97.975			
13	.158	1.131	99.105			
14	.125	.895	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Variabel Y2**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.841
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	103.348
	df	15
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.356	55.925	55.925	3.356	55.925	55.925
2	.844	14.060	69.986			
3	.605	10.078	80.064			
4	.455	7.590	87.654			
5	.391	6.516	94.170			
6	.350	5.830	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Variabel Y3**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.768
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	168.197
	df	28
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.134	51.680	51.680	4.134	51.680	51.680
2	.979	12.234	63.913			
3	.835	10.438	74.351			
4	.663	8.290	82.641			
5	.456	5.700	88.341			
6	.440	5.498	93.839			
7	.321	4.011	97.850			
8	.172	2.150	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 7. OUTPUT UJI RELIABILITAS

Reliability (X1)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	13

Reliability (X2)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	14

Reliability (X3)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	8

Reliability (Y1)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	14

Reliability (Y2)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	6

Reliability (Y3)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	8

LAMPIRAN 8. STATISTIK DESKRIPTIF**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 Tahun	50	12.5	12.5	12.5
	31-40 Tahun	166	41.5	41.5	54.0
	41-50 Tahun	132	33.0	33.0	87.0
	> 50 Tahun	52	13.0	13.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	247	61.8	61.8	61.8
	Wanita	153	38.3	38.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	170	42.5	42.5	42.5
	Diploma	53	13.3	13.3	55.8
	S1	158	39.5	39.5	95.3
	S2/S3	19	4.8	4.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Jenis Industri UKM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Makanan & Minuman	147	36.8	36.8	36.8
	Kerajinan dari Kayu/ Rotan	87	21.8	21.8	58.5
	Pengolahan Tembakau	75	18.8	18.8	77.3
	Pakaian Jadi	51	12.8	12.8	90.0
	Furnitur	29	7.3	7.3	97.3
	Lainnya	11	2.8	2.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Lama Berbisnis UKM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 2 Tahun	29	7.3	7.3	7.3
	2-5 Tahun	82	20.5	20.5	27.8
	5-8 Tahun	135	33.8	33.8	61.5
	8-11 Tahun	84	21.0	21.0	82.5
	11-15 Tahun	52	13.0	13.0	95.5
	> 15 Tahun	18	4.5	4.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Frequency Table

	STS Count	TS Count	N Count	S Count	SS Count
Item_01	0	0	83	198	119
Item_02	0	0	50	212	138
Item_03	0	0	97	203	100
Item_04	0	32	102	186	80
Item_05	0	0	79	189	132
Item_06	0	0	41	198	161
Item_07	0	0	104	218	78
Item_08	0	0	94	191	115
Item_09	0	0	57	211	132
Item_10	0	0	62	203	135
Item_11	0	0	33	219	148
Item_12	0	0	55	207	138
Item_13	0	0	54	212	134

	STS Count	TS Count	N Count	S Count	SS Count
Item_14	0	0	17	208	175
Item_15	0	0	47	183	170
Item_16	0	0	20	195	185
Item_17	0	0	38	203	159
Item_18	0	0	35	208	157
Item_19	0	0	17	206	177
Item_20	0	0	17	198	185
Item_21	0	0	49	212	139
Item_22	0	0	30	224	146
Item_23	0	0	59	220	121
Item_24	0	0	23	185	192
Item_25	0	0	34	197	169
Item_26	0	0	19	201	180
Item_27	0	0	34	225	141

	STS Count	TS Count	N Count	S Count	SS Count
Item_28	0	0	99	191	110
Item_29	0	0	73	197	130
Item_30	0	0	107	187	106
Item_31	0	0	94	184	122
Item_32	0	0	65	214	121
Item_33	0	0	117	201	82
Item_34	0	0	115	193	92
Item_35	0	0	46	218	136

	STS Count	TS Count	N Count	S Count	SS Count
Item_36	0	0	56	209	135
Item_37	0	0	90	211	99
Item_38	0	0	100	197	103
Item_39	0	0	99	213	88
Item_40	0	0	80	224	96
Item_41	0	12	104	196	88
Item_42	0	0	77	194	129
Item_43	0	0	126	198	76
Item_44	0	0	54	209	137
Item_45	0	0	37	225	138
Item_46	0	0	44	200	156
Item_47	0	0	39	233	128
Item_48	0	0	41	207	152
Item_49	0	0	37	188	175

	STS Count	TS Count	N Count	S Count	SS Count
Item_50	0	0	84	214	102
Item_51	0	0	15	179	206
Item_52	0	0	98	212	90
Item_53	0	28	125	168	79
Item_54	0	0	40	214	146
Item_55	0	0	89	195	116

	STS Count	TS Count	N Count	S Count	SS Count
Item_56	0	0	99	203	98
Item_57	0	0	46	197	157
Item_58	0	27	111	183	79
Item_59	0	0	43	202	155
Item_60	0	0	41	212	147
Item_61	0	0	57	216	127
Item_62	0	0	97	197	106
Item_63	0	0	116	200	84

Descriptive Statistics**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Item_01	400	3	5	4.09	.706
Item_02	400	3	5	4.22	.650
Item_03	400	3	5	4.01	.703
Item_04	400	2	5	3.79	.855
Item_05	400	3	5	4.13	.715
Item_06	400	3	5	4.30	.645
Item_07	400	3	5	3.94	.672
Item_08	400	3	5	4.05	.722
Item_09	400	3	5	4.19	.662
Item_10	400	3	5	4.18	.678
Item_11	400	3	5	4.29	.609
Item_12	400	3	5	4.21	.664
Item_13	400	3	5	4.20	.657
Valid N (listwise)	400				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Item_14	400	3	5	4.40	.570
Item_15	400	3	5	4.31	.670
Item_16	400	3	5	4.41	.586
Item_17	400	3	5	4.30	.634
Item_18	400	3	5	4.31	.623
Item_19	400	3	5	4.40	.571
Item_20	400	3	5	4.42	.574
Item_21	400	3	5	4.23	.648
Item_22	400	3	5	4.29	.597
Item_23	400	3	5	4.16	.653
Item_24	400	3	5	4.42	.600
Item_25	400	3	5	4.34	.628
Item_26	400	3	5	4.40	.580
Item_27	400	3	5	4.27	.606
Valid N (listwise)	400				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Item_28	400	3	5	4.03	.723
Item_29	400	3	5	4.14	.699
Item_30	400	3	5	4.00	.731
Item_31	400	3	5	4.07	.732
Item_32	400	3	5	4.14	.668
Item_33	400	3	5	3.91	.701
Item_34	400	3	5	3.94	.718
Item_35	400	3	5	4.23	.637
Valid N (listwise)	400				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Item_36	400	3	5	4.20	.663
Item_37	400	3	5	4.02	.688
Item_38	400	3	5	4.01	.713
Item_39	400	3	5	3.97	.684
Item_40	400	3	5	4.04	.663
Item_41	400	2	5	3.90	.769
Item_42	400	3	5	4.13	.707
Item_43	400	3	5	3.88	.700
Item_44	400	3	5	4.21	.660
Item_45	400	3	5	4.25	.612
Item_46	400	3	5	4.28	.650
Item_47	400	3	5	4.22	.607
Item_48	400	3	5	4.28	.638
Item_49	400	3	5	4.35	.642
Valid N (listwise)	400				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Item_50	400	3	5	4.05	.681
Item_51	400	3	5	4.48	.570
Item_52	400	3	5	3.98	.686
Item_53	400	2	5	3.75	.853
Item_54	400	3	5	4.27	.629
Item_55	400	3	5	4.07	.714
Valid N (listwise)	400				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Item_56	400	3	5	4.00	.703
Item_57	400	3	5	4.28	.657
Item_58	400	2	5	3.79	.837
Item_59	400	3	5	4.28	.646
Item_60	400	3	5	4.27	.633
Item_61	400	3	5	4.18	.656
Item_62	400	3	5	4.02	.713
Item_63	400	3	5	3.92	.703
Valid N (listwise)	400				

LAMPIRAN 9. PENGUJIAN ASUMSI DALAM SEM

a. Evaluasi *Multivariate Normality*

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Y34	3.000	5.000	.040	.324	-.888	-3.623
Y33	3.000	5.000	-.328	-2.679	-.465	-1.898
Y23	3.000	5.000	-.307	-2.505	-.689	-2.813
Y17	3.000	5.000	-.536	-4.378	-.167	-.681
Y16	3.000	5.000	-.237	-1.936	-.419	-1.710
Y15	3.000	5.000	-.116	-.944	-.605	-2.469
X34	3.000	5.000	-.093	-.759	-.756	-3.087
X33	3.000	5.000	-.035	-.283	-.737	-3.009
X32	3.000	5.000	-.064	-.527	-.897	-3.660
X31	3.000	5.000	-.117	-.954	-.817	-3.335
X27	3.000	5.000	-.480	-3.922	-.063	-.258
X26	3.000	5.000	-.620	-5.066	.047	.192
X16	3.000	5.000	-.350	-2.859	-.272	-1.110
Y32	2.500	5.000	-.324	-2.647	-.481	-1.965
Y31	3.000	5.000	-.247	-2.016	-.722	-2.947
Y22	2.500	5.000	-.209	-1.708	-.437	-1.784
Y21	3.000	5.000	-.267	-2.176	-.726	-2.965
Y14	3.000	5.000	-.010	-.080	-.796	-3.250
Y13	2.500	5.000	-.218	-1.780	-.358	-1.460
Y12	3.000	5.000	-.002	-.015	-.567	-2.314
Y11	3.000	5.000	-.169	-1.377	-.591	-2.413
X25	3.000	5.000	-.142	-1.158	-.535	-2.182
X24	3.000	5.000	-.537	-4.385	-.049	-.199
X23	3.000	5.000	-.455	-3.719	-.155	-.634
X22	3.000	5.000	-.687	-5.612	.283	1.154
X21	3.000	5.000	-.590	-4.816	-.124	-.505
X15	3.000	5.000	-.212	-1.729	-.634	-2.587

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X14	3.000	5.000	-.182	-1.489	-.565	-2.307
X13	3.000	5.000	-.150	-1.224	-.730	-2.981
X12	2.670	5.000	-.366	-2.988	-.002	-.010
X11	3.000	5.000	-.202	-1.647	-.563	-2.299
Multivariate					-2.035	-.450

b. Evaluasi *Univariate Outlier*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(X11)	400	-2.10706	1.54153	.0000000	1.0000000
Zscore(X12)	400	-2.30978	1.81262	.0000000	1.0000000
Zscore(X13)	400	-2.05077	1.61951	.0000000	1.0000000
Zscore(X14)	400	-1.99909	1.57072	.0000000	1.0000000
Zscore(X15)	400	-2.34774	1.45427	.0000000	1.0000000
Zscore(X16)	400	-2.22634	1.47267	.0000000	1.0000000
Zscore(X21)	400	-2.67385	1.28374	.0000000	1.0000000
Zscore(X22)	400	-2.67341	1.26532	.0000000	1.0000000
Zscore(X23)	400	-2.77476	1.32840	.0000000	1.0000000
Zscore(X24)	400	-2.59167	1.32768	.0000000	1.0000000
Zscore(X25)	400	-2.37522	1.51062	.0000000	1.0000000
Zscore(X26)	400	-2.83954	1.27574	.0000000	1.0000000
Zscore(X27)	400	-2.72009	1.35495	.0000000	1.0000000
Zscore(X31)	400	-1.85428	1.56375	.0000000	1.0000000
Zscore(X32)	400	-1.67325	1.56399	.0000000	1.0000000
Zscore(X33)	400	-1.77104	1.68044	.0000000	1.0000000
Zscore(X34)	400	-1.94841	1.64727	.0000000	1.0000000
Zscore(Y11)	400	-1.96238	1.57344	.0000000	1.0000000
Zscore(Y12)	400	-1.74138	1.77656	.0000000	1.0000000
Zscore(Y13)	400	-2.41250	1.69039	.0000000	1.0000000
Zscore(Y14)	400	-1.74296	1.73427	.0000000	1.0000000
Zscore(Y15)	400	-2.39954	1.50215	.0000000	1.0000000
Zscore(Y16)	400	-2.41624	1.44588	.0000000	1.0000000
Zscore(Y17)	400	-2.45313	1.28854	.0000000	1.0000000
Zscore(Y21)	400	-2.37580	1.39157	.0000000	1.0000000
Zscore(Y22)	400	-2.09083	1.74555	.0000000	1.0000000
Zscore(Y23)	400	-2.05352	1.46806	.0000000	1.0000000
Zscore(Y31)	400	-1.99714	1.51431	.0000000	1.0000000
Zscore(Y32)	400	-2.42707	1.53226	.0000000	1.0000000
Zscore(Y33)	400	-2.22796	1.42444	.0000000	1.0000000
Zscore(Y34)	400	-1.63141	1.72799	.0000000	1.0000000

Minimum Z-score : -2.840

Maximum Z-score : 1.813

c. **Evaluasi *Multivariate Outlier***

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
306	54.191	.006	.914
259	53.377	.007	.802
47	50.486	.015	.939
73	50.056	.017	.898
192	47.983	.026	.981
16	47.809	.027	.964
277	46.669	.035	.987
326	46.151	.039	.989
224	45.025	.050	.998
100	44.416	.056	.999
356	44.357	.057	.998
386	44.357	.057	.996
279	44.296	.058	.992
27	43.659	.065	.997
134	43.397	.069	.997
211	43.164	.072	.997
334	42.933	.075	.997
353	42.736	.078	.997
383	42.736	.078	.994
30	42.607	.080	.993
76	42.470	.082	.991
108	42.462	.082	.985
170	42.403	.083	.979
198	42.344	.084	.971
178	42.323	.085	.958
82	42.116	.088	.961
148	42.087	.088	.945
25	41.981	.090	.937
66	41.959	.091	.914

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
28	41.860	.092	.902
45	41.575	.097	.925
164	41.421	.100	.926
195	41.093	.106	.952
362	40.867	.111	.961
392	40.867	.111	.944
39	40.752	.113	.941
141	40.694	.114	.928
166	40.569	.117	.927
250	40.564	.117	.902
265	40.522	.118	.882
142	40.384	.121	.884
98	40.338	.122	.864
358	40.312	.122	.834
388	40.312	.122	.792
137	40.164	.125	.802
351	40.155	.126	.759
381	40.155	.126	.709
323	40.076	.127	.692
328	40.060	.128	.644
106	40.039	.128	.597
89	39.910	.131	.606
157	39.678	.136	.668
281	39.668	.137	.618
75	39.636	.137	.579
284	39.626	.138	.527
135	39.506	.141	.535
196	39.494	.141	.484
335	39.482	.141	.434
81	39.434	.142	.404
62	39.423	.143	.356
35	39.296	.146	.371
37	39.268	.146	.334

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
327	39.260	.147	.289
234	39.236	.147	.254
147	39.150	.149	.249
337	39.140	.150	.212
116	39.008	.153	.228
54	39.000	.153	.192
60	38.983	.154	.164
305	38.932	.155	.149
275	38.726	.160	.192
200	38.599	.164	.208
50	38.544	.165	.194
7	38.454	.168	.194
38	38.321	.171	.214
51	38.278	.173	.196
119	38.248	.173	.174
218	38.190	.175	.164
185	38.181	.175	.137
247	38.108	.177	.133
214	38.102	.178	.110
140	37.980	.181	.122
63	37.979	.181	.099
124	37.966	.182	.081
154	37.626	.192	.161
74	37.564	.194	.154
33	37.541	.194	.135
245	37.533	.195	.112
46	37.496	.196	.100
235	37.416	.198	.101
138	37.388	.199	.089
9	37.234	.204	.110
112	37.226	.204	.091
152	37.016	.211	.133
219	36.993	.212	.116

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
64	36.978	.212	.098
307	36.953	.213	.086
130	36.550	.227	.204
221	36.539	.227	.177
69	36.501	.228	.164

d. Evaluasi *Singularity* dan *Multicollinearity*

Condition number = 35.328

Eigenvalues

2.647 1.040 .858 .656 .548 .442 .208 .192 .189 .182 .172 .160 .155 .152 .142
.139 .136 .129 .128 .125 .122 .113 .113 .107 .101 .096 .093 .089 .080 .077 .075

Determinant of sample covariance matrix = 1.585

Sample correlation matrix

Sample correlation (minimum) = -.009

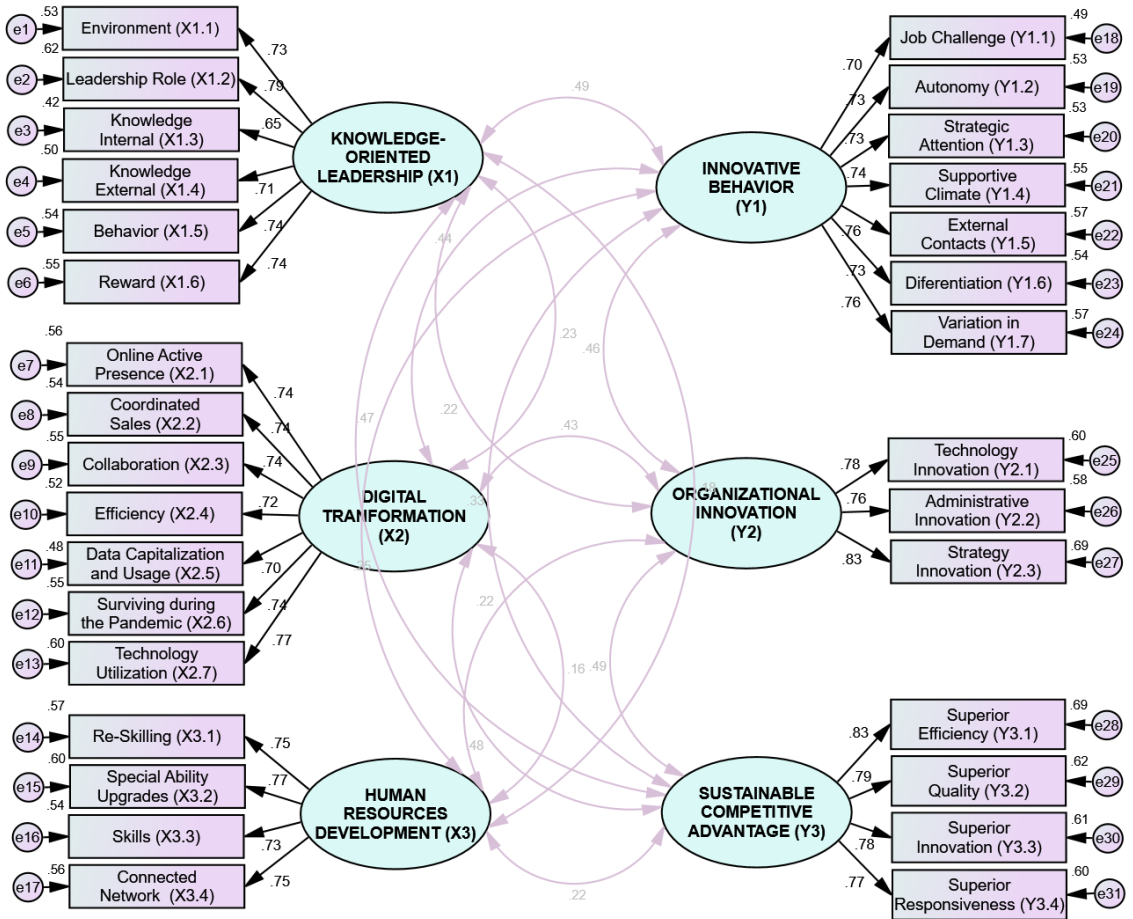
Sample correlation (maximum) = .652

Variance Inflation Factor (VIF)**Multicollinearity Analysis^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Knowledge-Oriented Leadership (X1)	.942	1.061
	Digital Tranformation (X2)	.950	1.053
	Human Resources Development (X3)	.965	1.036

a. Dependent Variable: Innovative Behavior (Y1)

LAMPIRAN 10. ANALISIS MEASUREMENT MODEL



Measurement Model Fit

1. Absolute Fit Indices: Chi-Square = 427.685 Prob. = .374 Cmin/DF = 1.021 GFI = .936 RMSEA = .007
2. Incremental Fit Indices: CFI = .999 TLI = .998 NFI = .932 RFI = .924
3. Parsimony Fit Indices: AGFI = .925

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X11 <--- X1	1.000				
X12 <--- X1	1.115	.076	14.616	***	par_1
X13 <--- X1	.891	.073	12.228	***	par_2

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X14 <--- X1	.993	.076	13.132	***	par_3
X15 <--- X1	.974	.070	13.879	***	par_4
X21 <--- X2	1.000				
X22 <--- X2	.994	.069	14.429	***	par_5
X23 <--- X2	.958	.066	14.568	***	par_6
X24 <--- X2	.975	.069	14.046	***	par_7
X25 <--- X2	.952	.070	13.514	***	par_8
Y11 <--- Y1	1.000				
Y12 <--- Y1	1.039	.077	13.520	***	par_9
Y13 <--- Y1	1.115	.083	13.458	***	par_10
Y14 <--- Y1	1.071	.078	13.672	***	par_11
Y21 <--- Y2	1.000				
Y22 <--- Y2	1.201	.085	14.209	***	par_12
Y31 <--- Y3	1.000				
Y32 <--- Y3	1.052	.062	16.954	***	par_13
X16 <--- X1	1.008	.073	13.858	***	par_14
X26 <--- X2	.956	.065	14.612	***	par_15
X27 <--- X2	1.008	.066	15.349	***	par_16
X31 <--- X3	1.000				
X32 <--- X3	1.083	.075	14.377	***	par_17
X33 <--- X3	.961	.071	13.462	***	par_18
X34 <--- X3	.943	.068	13.859	***	par_19
Y15 <--- Y1	.976	.070	13.909	***	par_20
Y16 <--- Y1	.955	.071	13.534	***	par_21
Y17 <--- Y1	1.020	.073	13.877	***	par_22
Y23 <--- Y2	1.142	.074	15.436	***	par_23
Y33 <--- Y3	.907	.054	16.899	***	par_24
Y34 <--- Y3	.973	.058	16.744	***	par_25

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
X11 <--- X1	.726

	Estimate
X12 <--- X1	.785
X13 <--- X1	.651
X14 <--- X1	.705
X15 <--- X1	.737
X21 <--- X2	.745
X22 <--- X2	.737
X23 <--- X2	.740
X24 <--- X2	.720
X25 <--- X2	.696
Y11 <--- Y1	.702
Y12 <--- Y1	.725
Y13 <--- Y1	.726
Y14 <--- Y1	.739
Y21 <--- Y2	.777
Y22 <--- Y2	.760
Y31 <--- Y3	.831
Y32 <--- Y3	.788
X16 <--- X1	.742
X26 <--- X2	.740
X27 <--- X2	.773
X31 <--- X3	.755
X32 <--- X3	.774
X33 <--- X3	.732
X34 <--- X3	.749
Y15 <--- Y1	.755
Y16 <--- Y1	.732
Y17 <--- Y1	.757
Y23 <--- Y2	.829
Y33 <--- Y3	.783
Y34 <--- Y3	.773

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
--	----------	------	------	---	-------

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y1 <--> Y2	.076	.011	6.595	***	par_26
X2 <--> X3	.026	.010	2.633	.008	par_27
Y3 <--> X3	.046	.013	3.650	***	par_28
X1 <--> Y1	.077	.011	6.938	***	par_29
Y1 <--> Y3	.062	.012	5.233	***	par_30
X1 <--> X3	.032	.011	3.030	.002	par_31
Y2 <--> X3	.039	.011	3.473	***	par_32
X2 <--> Y3	.086	.012	7.190	***	par_33
X2 <--> Y1	.066	.010	6.509	***	par_34
Y1 <--> X3	.082	.012	6.657	***	par_35
X2 <--> Y2	.066	.010	6.405	***	par_36
X1 <--> Y2	.036	.010	3.629	***	par_37
X1 <--> X2	.034	.009	3.849	***	par_38
X1 <--> Y3	.048	.011	4.170	***	par_39
Y2 <--> Y3	.096	.013	7.138	***	par_40

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Y1 <--> Y2	.463
X2 <--> X3	.157
Y3 <--> X3	.223
X1 <--> Y1	.489
Y1 <--> Y3	.329
X1 <--> X3	.183
Y2 <--> X3	.216
X2 <--> Y3	.485
X2 <--> Y1	.441
Y1 <--> X3	.467
X2 <--> Y2	.429
X1 <--> Y2	.221
X1 <--> X2	.230
X1 <--> Y3	.253
Y2 <--> Y3	.491

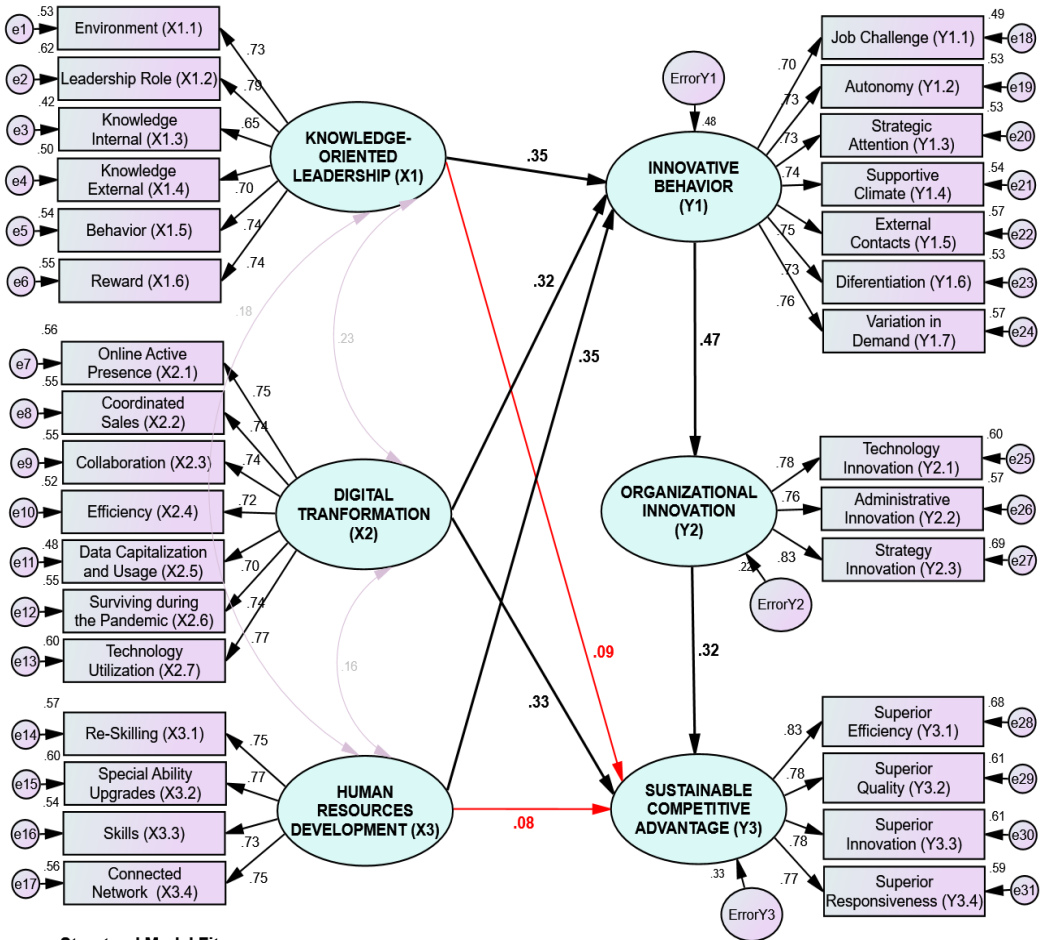
Perhitungan *Construct Reliability* dan AVE

Variabel	Indikator	<i>Factor Loading</i> (FL)	FL ²	<i>Error</i> (1-FL ²)	<i>Construct Reliability</i>	AVE
Kepemimpinan Berorientasi Pengetahuan (X1)	X1.1	0.726	0.527	0.473	0.869	0.526
	X1.2	0.785	0.616	0.384		
	X1.3	0.651	0.424	0.576		
	X1.4	0.705	0.497	0.503		
	X1.5	0.737	0.543	0.457		
	X1.6	0.742	0.551	0.449		
Transformasi Digital (X2)	X2.1	0.745	0.555	0.445	0.892	0.542
	X2.2	0.737	0.543	0.457		
	X2.3	0.740	0.548	0.452		
	X2.4	0.720	0.518	0.482		
	X2.5	0.696	0.484	0.516		
	X2.6	0.740	0.548	0.452		
	X2.7	0.773	0.598	0.402		
Pengembangan Sumber Daya Manusia (X3)	X3.1	0.755	0.570	0.430	0.839	0.566
	X3.2	0.774	0.599	0.401		
	X3.3	0.732	0.536	0.464		
	X3.4	0.749	0.561	0.439		
Perilaku Inovatif (Y1)	Y1.1	0.702	0.493	0.507	0.891	0.539
	Y1.2	0.725	0.526	0.474		
	Y1.3	0.726	0.527	0.473		
	Y1.4	0.739	0.546	0.454		
	Y1.5	0.755	0.570	0.430		
	Y1.6	0.732	0.536	0.464		
	Y1.7	0.757	0.573	0.427		
Inovasi Organisasi (Y2)	Y2.1	0.777	0.604	0.396	0.832	0.623
	Y2.2	0.760	0.578	0.422		
	Y2.3	0.829	0.687	0.313		
Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan (Y3)	Y3.1	0.831	0.691	0.309	0.872	0.631
	Y3.2	0.788	0.621	0.379		
	Y3.3	0.783	0.613	0.387		
	Y3.4	0.773	0.598	0.402		

$$\text{Construct Reliability} = \frac{\sum(FI)^2}{\sum(FI)^2 + \sum(\text{error})}$$

$$\text{Average Variance Extracted (AVE)} = \frac{\sum(FI^2)}{\sum(FI^2) + \sum(\text{error})}$$

LAMPIRAN 11. ANALISIS STRUCTURAL MODEL



Structural Model Fit

1. Absolute Fit Indices: Chi-Square = 451.453 Prob. = .164 Cmin/DF = 1.067 GFI = .933 RMSEA = .013
2. Incremental Fit Indices: CFI = .995 TLI = .995 NFI = .928 RFI = .921
3. Parsimony Fit Indices: AGFI = .921

Notes for Group (Group number 1)

The model is recursive.

Sample size = 400

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	40	0	0	0	0	40
Labeled	5	0	0	0	0	5
Unlabeled	28	3	37	0	0	68
Total	73	3	37	0	0	113

Notes for Model (Default model)**Computation of degrees of freedom (Default model)**

Number of distinct sample moments: 496
Number of distinct parameters to be estimated: 73
Degrees of freedom (496 - 73): 423

Result (Default model)

Minimum was achieved
Chi-square = 451.453
Degrees of freedom = 423
Probability level = .164

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y1 <--- X1	.351	.053	6.617	***	b1
Y1 <--- X2	.333	.054	6.193	***	b2
Y1 <--- X3	.317	.047	6.682	***	b3
Y2 <--- Y1	.490	.064	7.708	***	b4
Y3 <--- X3	.087	.056	1.559	.119	par_34
Y3 <--- Y2	.365	.068	5.401	***	b5
Y3 <--- X2	.410	.072	5.722	***	par_35
Y3 <--- X1	.105	.062	1.700	.089	par_36
X11 <--- X1	1.000				
X12 <--- X1	1.115	.076	14.622	***	par_6
X13 <--- X1	.891	.073	12.227	***	par_7

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X14 <--- X1	.992	.076	13.131	***	par_8
X15 <--- X1	.974	.070	13.877	***	par_9
X21 <--- X2	1.000				
X22 <--- X2	.996	.069	14.458	***	par_10
X23 <--- X2	.955	.066	14.546	***	par_11
X24 <--- X2	.975	.069	14.053	***	par_12
X25 <--- X2	.950	.070	13.495	***	par_13
Y11 <--- Y1	1.000				
Y12 <--- Y1	1.036	.076	13.559	***	par_14
Y13 <--- Y1	1.111	.082	13.490	***	par_15
Y14 <--- Y1	1.066	.078	13.689	***	par_16
Y21 <--- Y2	1.000				
Y22 <--- Y2	1.196	.084	14.178	***	par_17
Y31 <--- Y3	1.000				
Y32 <--- Y3	1.052	.062	16.952	***	par_18
X16 <--- X1	1.008	.073	13.860	***	par_19
X26 <--- X2	.956	.065	14.628	***	par_20
X27 <--- X2	1.005	.066	15.326	***	par_21
X31 <--- X3	1.000				
X32 <--- X3	1.083	.075	14.380	***	par_22
X33 <--- X3	.961	.071	13.462	***	par_23
X34 <--- X3	.943	.068	13.858	***	par_24
Y15 <--- Y1	.971	.070	13.930	***	par_25
Y16 <--- Y1	.951	.070	13.552	***	par_26
Y17 <--- Y1	1.017	.073	13.920	***	par_27
Y23 <--- Y2	1.144	.075	15.315	***	par_28
Y33 <--- Y3	.906	.054	16.890	***	par_29
Y34 <--- Y3	.973	.058	16.744	***	par_30

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Y1 <--- X1	.351
Y1 <--- X2	.316
Y1 <--- X3	.352
Y2 <--- Y1	.473

	Estimate
Y3 <--- X3	.083
Y3 <--- Y2	.323
Y3 <--- X2	.332
Y3 <--- X1	.090
X11 <--- X1	.726
X12 <--- X1	.785
X13 <--- X1	.651
X14 <--- X1	.705
X15 <--- X1	.737
X21 <--- X2	.746
X22 <--- X2	.739
X23 <--- X2	.739
X24 <--- X2	.720
X25 <--- X2	.695
Y11 <--- Y1	.704
Y12 <--- Y1	.725
Y13 <--- Y1	.725
Y14 <--- Y1	.738
Y21 <--- Y2	.778
Y22 <--- Y2	.758
Y31 <--- Y3	.827
Y32 <--- Y3	.784
X16 <--- X1	.742
X26 <--- X2	.741
X27 <--- X2	.772
X31 <--- X3	.755
X32 <--- X3	.774
X33 <--- X3	.732
X34 <--- X3	.749
Y15 <--- Y1	.754
Y16 <--- Y1	.731
Y17 <--- Y1	.757
Y23 <--- Y2	.831
Y33 <--- Y3	.778
Y34 <--- Y3	.768

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
X2 <--> X3	.026	.010	2.636	.008	par_31
X1 <--> X2	.034	.009	3.851	***	par_32
X1 <--> X3	.032	.011	3.032	.002	par_33

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
X2 <--> X3	.157
X1 <--> X2	.230
X1 <--> X3	.183

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Y1	.478
Y2	.223
Y3	.326

Standardized Residual Covariances (Group number 1 - Default model)

	Y34	Y33	Y23	Y17	Y16	Y15	X34	X33	X32	X31	X27	X26	X16	Y32	Y31	Y22	Y21	Y14	Y13	Y12	Y11	X25	X24	X23	X22	X21	X15	X14	X13	X12	X11		
Y34	0.26																																
Y33	0.50	0.27																															
Y23	0.06	0.30	0.00																														
Y17	-0.25	-1.12	-0.79	0.00																													
Y16	-1.24	-1.16	0.26	-0.33	0.00																												
Y15	-0.81	-1.33	-1.15	0.32	0.46	0.00																											
X34	-0.69	0.00	-0.49	-0.45	-0.54	-0.45	0.00																										
X33	-0.40	-0.39	0.36	-0.73	-0.56	-0.19	0.42	0.00																									
X32	-0.83	-0.25	-1.14	0.33	0.07	0.28	-0.27	-0.01	0.00																								
X31	-1.59	0.35	0.30	-0.16	0.22	-0.25	0.00	-0.28	0.16	0.00																							
X27	-0.32	0.24	2.47	0.45	-0.67	0.01	-0.15	0.29	0.56	1.07	0.00																						
X26	-0.92	-0.24	1.66	0.17	-0.78	0.28	-0.16	-0.50	-0.36	0.50	-0.16	0.00																					
X16	0.19	-1.86	-0.49	0.92	0.98	0.79	0.28	0.38	0.07	1.16	0.37	0.62	0.00																				
Y32	0.38	0.51	0.79	-0.01	-1.14	-1.16	0.65	0.09	-0.32	0.12	0.27	0.27	-0.11	0.27																			
Y31	0.39	0.23	0.73	0.15	-0.49	0.16	0.46	0.53	0.69	1.21	1.22	0.88	0.84	0.10	0.30																		
Y22	1.01	0.53	0.07	0.24	-0.17	-0.92	0.48	0.66	0.20	1.40	2.22	2.37	0.77	1.69	1.75	0.00																	
Y21	0.22	0.70	0.09	0.17	-0.13	-0.60	-0.78	-0.99	0.02	0.02	2.50	2.48	-1.00	0.49	1.32	-0.28	0.00																
Y14	-1.55	-2.04	-0.07	0.24	0.29	-0.10	0.28	0.51	0.92	0.91	-0.48	-0.51	-0.88	-1.39	-0.98	-0.18	1.06	0.00															
Y13	-0.63	-0.97	-1.65	0.49	0.32	-0.55	-0.53	-1.21	0.08	0.00	0.01	0.43	-0.13	0.75	0.00	-0.50	0.03	0.18	0.00														
Y12	-1.80	-1.33	-0.08	-0.12	-0.56	0.43	0.26	-0.21	0.10	1.09	0.08	0.62	-1.29	-0.47	0.20	0.37	0.43	-0.27	-0.04	0.00													
Y11	0.26	-0.64	0.19	-0.72	-0.13	-0.30	-0.50	0.18	-0.08	0.34	0.80	1.23	0.34	0.84	1.03	1.88	1.17	-0.03	0.08	0.59	0.00												
X25	-0.21	1.35	2.54	-0.54	-1.06	-0.81	-1.18	-1.02	-1.37	-0.08	-0.03	0.35	0.52	0.90	1.36	2.57	2.08	-0.80	-0.56	-0.33	0.85	0.00											
X24	0.46	0.39	1.67	-0.93	-2.30	-1.44	-1.43	-1.42	-1.56	-0.48	-0.13	-0.20	0.08	2.14	1.83	1.87	1.81	-2.48	-1.16	-1.31	-0.18	0.69	0.00										
X23	-0.04	0.16	2.57	0.11	0.05	0.00	-0.17	0.71	0.45	0.76	0.15	-0.16	0.71	-0.55	0.98	2.36	2.12	0.02	0.46	0.64	0.78	0.22	-0.45	0.00									
X22	0.10	1.34	1.96	1.05	-0.47	-0.24	-0.22	0.22	-0.33	0.50	-0.28	-0.05	0.14	2.14	1.15	1.93	1.88	-0.88	0.10	0.64	0.82	-0.45	0.74	0.08	0.00								
X21	0.36	0.27	2.57	0.55	0.56	-0.06	0.47	1.37	1.04	0.99	0.48	0.30	0.23	0.98	0.98	2.52	2.04	-0.03	-0.13	0.66	0.51	-0.70	-0.31	0.15	-0.28	0.00							
X15	0.64	-1.63	-0.21	0.85	0.67	0.03	-0.20	-1.06	-0.31	0.52	0.10	-0.40	0.59	0.45	0.81	0.30	-1.48	-0.37	0.48	-0.88	0.67	0.29	-0.44	1.17	-0.32	0.29	0.00						
X14	0.27	0.39	0.40	0.72	-0.07	-0.01	0.15	-0.47	-0.53	0.21	0.76	1.50	-0.44	1.08	0.96	1.01	-0.76	-0.34	0.34	-0.08	-0.06	0.15	0.34	-0.13	0.87	-0.75	-0.55	0.00					
X13	1.26	0.14	0.28	-0.43	0.53	1.13	0.62	-0.12	0.56	0.40	0.08	0.12	-0.02	0.47	0.06	0.89	-0.91	-0.85	0.90	-0.08	-0.11	0.51	-0.60	0.09	-0.54	-0.50	-0.69	0.70	0.00				
X12	-0.02	-1.51	0.46	-0.34	0.86	0.52	-0.11	-0.16	-0.64	0.70	-0.68	-0.32	-0.11	-1.00	0.44	0.81	-0.80	-0.90	-0.36	-0.03	-0.13	-0.21	-0.45	-0.99	-0.47	-1.04	-0.11	0.53	-0.18	0.00			
X11	0.59	-1.01	-0.22	-0.53	0.61	0.00	-0.26	0.16	-0.89	-0.10	0.16	0.33	-0.09	-0.94	0.24	1.03	-1.98	-1.35	-0.93	-0.48	-0.07	0.68	-0.92	0.51	-0.65	-0.01	0.40	-0.28	0.25	-0.05	0.00		

Minimum = -2,48 ; Maksimum = 2,57

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	X3	X2	X1	Y1	Y2	Y3
Y1	.352	.316	.351	.000	.000	.000
Y2	.166	.149	.166	.473	.000	.000
Y3	.137	.380	.144	.153	.323	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	X3	X2	X1	Y1	Y2	Y3
Y1	.352	.316	.351	.000	.000	.000
Y2	.000	.000	.000	.473	.000	.000
Y3	.083	.332	.090	.000	.323	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X3	X2	X1	Y1	Y2	Y3
Y1	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Y2	.166	.149	.166	.000	.000	.000
Y3	.054	.048	.054	.153	.000	.000

Modification Indices (Group number 1 - Default model)

		M.I.	Par Change
ErrorY2	<--> X2	18.236	.034
e30	<--> X1	5.555	-.018
e23	<--> e27	4.266	.015
e22	<--> ErrorY2	4.256	-.015
e16	<--> e27	4.538	.018
e15	<--> e27	5.522	-.020
e14	<--> e31	8.500	-.026
e12	<--> e27	4.980	-.015
e6	<--> e30	5.539	-.017
e26	<--> e12	4.971	.019
e25	<--> X1	6.360	-.020

			M.I.	Par Change
e25	<-->	ErrorY1	4.770	.014
e25	<-->	e16	4.793	-.018
e21	<-->	e25	4.124	.016
e20	<-->	e27	6.042	-.021
e20	<-->	e29	5.995	.024
e19	<-->	e31	4.949	-.019
e19	<-->	e6	6.529	-.021
e18	<-->	e26	5.587	.024
e10	<-->	X3	5.532	-.021
e10	<-->	ErrorY1	4.844	-.014
e10	<-->	ErrorY3	4.636	.017
e10	<-->	e29	6.346	.020
e9	<-->	e29	9.160	-.023
e8	<-->	e29	6.971	.021
e8	<-->	e10	4.102	.014
e7	<-->	X3	4.226	.017
e5	<-->	e30	5.113	-.016
e5	<-->	e9	5.166	.015
e4	<-->	e12	4.629	.016
e4	<-->	e7	4.811	-.017
e3	<-->	e28	5.035	-.018

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	73	451.453	423	.164	1.067
Saturated model	496	.000	0		
Independence model	31	6267.638	465	.000	13.479

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.013	.933	.921	.796

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.086	.282	.234	.264

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.928	.921	.995	.995	.995
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.910	.844	.905
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	28.453	.000	83.641
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	5802.638	5550.306	6061.413

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1.131	.071	.000	.210
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	15.708	14.543	13.911	15.192

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.013	.000	.022	1.000
Independence model	.177	.173	.181	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	597.453	610.183	888.830	961.830
Saturated model	992.000	1078.496	2971.766	3467.766
Independence model	6329.638	6335.044	6453.373	6484.373

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1.497	1.426	1.636	1.529
Saturated model	2.486	2.486	2.486	2.703
Independence model	15.864	15.231	16.512	15.877

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	418	437
Independence model	33	35

LAMPIRAN 12. PENGUJIAN SIGNIFIKANSI PENGARUH TIDAK LANGSUNG (*INDIRECT EFFECT*) DAN PENGARUH TOTAL (*TOTAL EFFECT*)

Note: Pengujian *indirect effect* dalam konteks SEM dengan program Amos, bukan menggunakan “*Sobel Test*” seperti layaknya pada analisis path, tetapi menggunakan pendekatan “*bootstrapp bias-corrected percentile method*”, yang merupakan pengembangan dari *Sobel Test* yang disesuaikan dengan konteks SEM.

BIAS-CORRECTED PERCENTILE METHOD

SPECIFIC INDIRECT EFFECTS (SIE)

	Estimate	Standardized Estimate
SIE X1->Y1->Y2->Y3	.063	.054
SIE X2->Y1->Y2->Y3	.060	.048
SIE X3->Y1->Y2->Y3	.057	.054

Bootstrap Standard Errors

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
SIE_X1_Y1_Y2_Y3	.016	.001	.064	.002	.001
SIE_X2_Y1_Y2_Y3	.017	.001	.061	.001	.001
SIE_X3_Y1_Y2_Y3	.014	.001	.057	.000	.001

Two Tailed Significance

Parameter	Estimate	Lower	Upper	P
SIE_X1_Y1_Y2_Y3	.063	.034	.098	.010
SIE_X2_Y1_Y2_Y3	.060	.032	.096	.012
SIE_X3_Y1_Y2_Y3	.057	.030	.090	.010

STANDARDIZED TOTAL EFFECTS

	X3	X2	X1	Y1	Y2	Y3
Y1	.352	.316	.351	.000	.000	.000
Y2	.166	.149	.166	.473	.000	.000
Y3	.137	.380	.144	.153	.323	.000

Bootstrap Standard Errors

	X3	X2	X1	Y1	Y2	Y3
Y1	.040	.050	.045	.000	.000	.000
Y2	.023	.032	.026	.042	.000	.000
Y3	.054	.051	.050	.029	.055	.000

Two Tailed Significance

	X3	X2	X1	Y1	Y2	Y3
Y1	.007	.021	.016
Y2	.007	.015	.012	.016
Y3	.009	.030	.003	.015	.011	...

Halaman ini sengaja dikosongkan