



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Dream Wear merupakan perusahaan garmen yang bergerak dalam bidang industri pakaian jadi sudah berdiri sejak 10 November 1983, namun sebelum nama perusahaan menjadi PT Dream Wear yaitu PT Kawan Kita Sejahtera. penanaman modal asing ini didirikan oleh Mr. J.S. Yang sebagai presiden direktur PT Dream Wear yang berasal dari Korea. PT Dream Wear mulai dikenal di dalam dunia persaingan industri pada tanggal 2 Juli 2002, semenjak itu PT Dream Wear ini mulai terkenal luas di pangsa pasar.

Pabrik dan kantor terletak di Jalan Raya Curug Gunung Sindur No. 27 Parung, Bogor yang memiliki luas tanah 12878m² dan luas bangunan 5150m² dengan jumlah karyawan 1200 orang termasuk karyawan tetap dan karyawan kontrak (buruh). PT Dream Wear juga memiliki pabrik di daerah Jl. Rawa Lindung no. 12 Pondok Cabe, Pamulang. Kantor terbesarnya PT Dream Wear yang berlokasi di Parung Bogor, sedangkan di Pamulang dengan jumlah karyawan tetap di bagian office hanya berjumlah 6 orang sebagai cabang pembantu dari pabrik utama PT Dream Wear.

PT Dream Wear adalah perusahaan industri garmen yang *main product* PT Dream Wear adalah *Padding Jacket, Down Jacket, Fleece Jacket, Pants, Shirt*, dan

lainnya. Sudah berdiri sejak 10 November 1983, pada tahun 2002 PT Dream Wear sudah memperluas perusahaannya di dunia industri. Penanaman Modal Asing (PMA) oleh Korea.

3.1.2 Profil Perusahaan

3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT Dream Wear yaitu untuk menjadi nomor satu produsen garmen & eksportir di Indonesia, berjuang pada perbaikan terus-menerus dari nilai *stakeholder* dan kepuasan pelanggan. Kami secara konsisten melakukan upaya untuk meningkatkan kinerja kami dengan berfokus pada kebutuhan pelanggan kami dan nilai *stakeholder*. Kami percaya bahwa untuk menjadi pemain global kita harus memperoleh keunggulan kompetitif melalui penggunaan yang efisien dari semua sumber daya kami. Kami bertujuan tidak hanya untuk menjadi perusahaan yang baik, tetapi untuk menjadi sebuah organisasi yang lebih baik di industri.

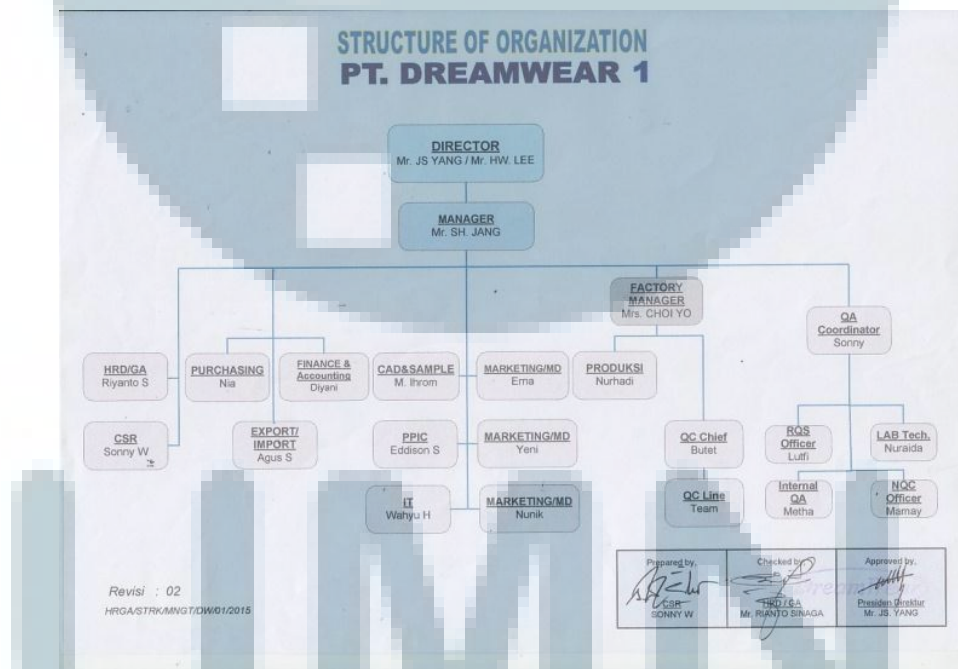
Misi dari PT Dream Wear yaitu :

1. Bagi pelanggan, kami memberikan pelayanan terbaik dari hasil produksi pakaian yang berkualitas. Memberikan keunggulan dalam kualitas, ketepatan waktu pengiriman, harga yang kompetitif dan pelayanan yang handal.
2. Bagi karyawan, kami memilih untuk menjadi perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. Dengan mempertahankan kondisi kerja yang sehat, nyaman, upah yang adil, pikiran yang terbuka untuk ide-ide baru, memberikan

kesempatan yang sama untuk seluruh kinerja, sikap positif, dan memenuhi semua persyaratan hukum yang berakar pada filosofi manajemen kami.

- Melakukan perbaikan terus-menerus adalah tugas kami yang paling penting. Seperti kehidupan selalu berubah setiap hari, begitu juga organisasi kami. Kami percaya bahwa perbaikan terus-menerus dari semua elemen dalam proses bisnis kami adalah satu-satunya cara untuk mempertahankan keunggulan kompetitif kami.

3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : data perusahaan

Gambar 3.4 Struktur Organisasi PT Dream Wear

3.2 **Prosedur Penyebaran Kuesioner**

Dalam penyebaran kuesioner yang dilakukan penulis kepada karyawan di divisi HRD, *General Affair Production, Marketing, Purchasing, Accounting & Finance* perusahaan PT Dream Wear yaitu :

1. Menyiapkan kuesioner yang sudah siap diisi oleh karyawan PT Dream Wear
2. Meminta izin persetujuan dengan bapak Riyanto selaku *Head Office* HRD untuk meminta ketersediaan waktu karyawan PT Dream Wear untuk mengisikan kuesioner penelitian yang sedang penulis teliti.
3. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis menitipkan kuesioner kepada *Head Office* HRD PT Dream Wear untuk diberikan kepada karyawan. Karena ada satu lain hal, penulis tidak dapat ikut serta dalam penyebaran kuesioner secara langsung kepada karyawan di PT Dream Wear. Penulis memberikan informasi sebelumnya bahwa kuesioner ini ditujukan untuk divisi HRD, *General Affair Production, Marketing, Purchasing, Accounting & Finance*.
4. Penulis mendapatkan informasi bahwa kuesioner sudah terisi sesuai dengan kriteria penelitian dan kuesioner dapat diambil kembali untuk diolah datanya.

3.3 **Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian dalam proses penelitian yang dilakukan penulis, sebagai syarat untuk melakukan penelitian, dimana penulis melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada karyawan PT Dream Wear departemen HRD, *General Affair*

Production, Marketing, Purchasing, Accounting & Finance yang menjabat sebagai pekerja tetap. Penelitian ini dilakukan di PT Dream Wear yang berada di Jl Raya Gunung Sindur No.27 Bogor.



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 3.5 Kantor dan Pabrik PT Dream Wear

3.4 Metode Penelitian

Menurut Zikmund *et al.* (2013) terdapat tiga jenis metode penelitian yaitu *descriptive research*, *exploratory research*, dan *casual research*. Dan metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *descriptive research*. *Descriptive research* adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan karakteristik objek, orang, kelompok, organisasi, dan lingkungan; mencoba untuk “*paint a picture*” dari situasi tertentu. Dalam *descriptive research* terdapat 2 jenis pendekatan penelitian yakni kualitatif dan kuantitatif. Dan pendekatan penelitian

yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Zikmund *et al.* (2013) penelitian kuantitatif penelitian bisnis yang membahas tujuan penelitian melalui penilaian empiris yang melibatkan pengukuran numerik dan analisis. Data kuantitatif yang penulis dapatkan adalah hasil dari kuesioner yang kemudian diolah dan dijelaskan dalam bentuk paragraf deskriptif.

3.5 Ruang Lingkup Penelitian

3.5.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua orang yang ada pada karakteristik yang sama menurut Zikmund *et al.* (2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di divisi HRD, *General Affair Production, Marketing, Purchasing, Accounting & Finance* di PT Dream Wear. Menurut Zikmund *et al.*, (2013).

Sampel menurut Zikmund *et al.* (2013) adalah sekelompok individu dari populasi yang besar. Setelah mengidentifikasi populasi dan sampel yang akan dijadikan objek penelitian, peneliti perlu mengetahui siapa saja yang dapat dijadikan objek penelitian sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Oleh karena itu, peneliti perlu melakukan *sampling frame*. Menurut Zikmund *et al.* (2013) *sampling frame* adalah daftar elemen yang dapat membuat sampel digambarkan dengan baik. Pada penelitian ini, yang menjadi *sampling frame* adalah karyawan yang berada di divisi HRD, *General Affair Production, Marketing, Purchasing, Accounting & Finance*.

Penentuan banyaknya jumlah sampel di dalam penelitian ini mengacu pada pernyataan menurut Hair *et al.* (2010), *sampling size* ditentukan berdasarkan:

1. Jumlah sample harus lebih banyak dari pada jumlah variable.
2. Secara absolut, jumlah minimal sample adalah 50 observasi.
3. Mengupayakan semaksimal mungkin untuk memperbanyak jumlah observasi setiap variabel dengan rasio yang dikehendaki yakni 5 observasi untuk setiap variabel.

Mentukan banyaknya *sample* sebagai responden harus disesuaikan dengan jumlah item pertanyaan yang digunakan pada kuisioner, dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi. Kemudian dalam penelitian ini jumlah item pertanyaan sejumlah 13 pertanyaan untuk mengukur 3 variabel, sehingga minimal jumlah responden yang diperlukan adalah $13 \times 5 = 65$ responden. Namun, dalam penelitian ini responden yang didapatkan sebanyak 55 responden. Yang disebabkan karena responden dalam objek penelitian dalam divisi HRD, *General Affair Production, Marketing, Purchasing, Accounting & Finance* hanya mencakup 55 orang.

3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam teknik pengambilan sampel ada dua teknik yang dikenal yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi telah diketahui,

probabilitas nol seleksi menurut Zikmund *et al.* (2013). Sedangkan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana unit sampel yang dipilih berdasarkan penilaian pribadi atau kenyamanan; probabilitas dari setiap anggota tertentu dari populasi yang dipilih tidak diketahui menurut Zikmund *et al.* (2013).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*, yaitu *judgment sampling* dimana seorang individu berpengalaman memilih sampel berdasarkan penilaian pribadi tentang beberapa karakteristik yang tepat dari anggota sampel Zikmund *et al.* (2013). *Judgment sampling* adalah teknik penarikan sampel dengan mempertimbangkan kriteria – kriteria tertentu sehingga setiap peluang elemen populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.. Yang memenuhi criteria di divisi HRD, *General Affair Production, Marketing, Purchasing, Accounting & Finance.*

3.5.4 Periode Penelitian

Periode penyebaran kuesioner untuk *pretest* dilakukan pada tanggal 27 Juni 2016. *Pretest* ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari variabel yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini. Jumlah responden pada *pretest* ini adalah karyawan tetap bagian HRD, *General Affair Production, Marketing, Purchasing, Accounting & Finance.* Sedangkan periode pengisian kuesioner untuk *maintest* dilakukan pada tanggal 04 Juli 2016. *Maintest* ini dilakukan untuk menguji validitas, reliabilitas, multikolonieritas, normalitas, heteroskedastisitas, koefisien determinasi, regresi, dan signifikan parameter individual dari variabel yang akan peneliti gunakan

pada penelitian ini. Jumlah responden pada *maintest* ini adalah karyawan tetap bagian HRD, *General Affair Production, Marketing, Purchasing, Accounting & Finance* sebanyak 55 orang.

3.5.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran dan Bougie (2010), metode pengumpulan data terdiri dari dua yaitu :

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumber data tersebut. Contoh dari primer adalah *interview, questionnaires* dan *observed*. Pada penelitian ini penulis akan menggunakan *questionnaires* dan *interview* untuk mengumpulkan data.

2. Data Sekunder

Data mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang sudah ada. Contoh data sekunder adalah arsip atau catatan perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri yang ditawarkan media, *website*, dan internet. Penelitian ini didukung berasal dari beberapa sumber seperti jurnal internasional, *textbook human resources management, website*, dan publikasi perusahaan yang mendukung penelitian ini.

3.6 Teknik Pengolahan Data Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen

Menurut Ghozali (2013) ada penelitian di bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, dan sosiologi umumnya variabel – variabel penelitiannya dirumuskan sebagai sebuah variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi – dimensi yang diamati atau indikator – indikator yang diamati. Ada dua uji instrument yakni uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengukur kelayakan suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian.

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu *measurement* secara akurat mewakili suatu konsep Zikmund *et al.* (2013). Dengan kata lain uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul – betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur menurut Ghozali (2013).

Terdapat empat pendekatan dasar dalam melakukan uji validitas. Pendekatan awal adalah *face validity* yang mengacu pada penilaian secara subjektif, apakah skala secara logis sudah mencerminkan konsep yang ingin diukur. Pendekatan selanjutnya adalah *content validity* mengacu pada sejauh mana sebuah skala pengukuran mencakup konsep yang ingin diukur secara menyeluruh tetapi tidak melampaui

batas. Pendekatan *criterion validity* merupakan kemampuan mengukur untuk berkorelasi dengan ukuran standar lainnya dari konstruksi yang sama atau kriteria yang telah ditetapkan. Pendekatan terakhir yaitu *construct validity*, muncul ketika skala pengukuran dapat dengan handal mengukur apa yang ingin di ukur dan benar – benar mewakili konsep yang diinginkan menurut Zikmund *et al.* (2013).

Construct validity terdiri dari beberapa komponen yakni menurut Maholtra (2012):

- a. *Convergent Validity*, mengukur sejauh mana skala pengukuran atau indikator dapat berkorelasi positif dengan langkah – langkah lain dari konstruk atau konsep yang sama.
- b. *Discriminant Validity*, menilai sejauh mana suatu indikator tidak berkorelasi dengan konsep lainnya yang seharusnya memang berbeda.
- c. *Nomological Validity*, menilai hubungan antara variabel teoritis. Berusaha untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antar variabel seperti yang diperkirakan oleh teori.

Ringkasan uji validitas dan pemeriksaan validitas, secara lebih rinci menurut Maholtra (2012) sebagai berikut :

- a. *Kaiser Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy* merupakan sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis. Jika nilai KMO >0.50 mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai, sedangkan nilai KMO < 0.50 mengindikasikan analisis faktor tidak memadai menurut Ghazali (2013).

- b. *Bartlett's test of Sphericity*, merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel – variabel tidak berkorelasi pada populasi. Dengan kata lain, mengindikasikan bahwa variabel – variabel dalam faktor bersifat *related* ($r = 1$) atau *unrelated* ($r = 0$). Jika hasil uji nilai signifikan < 0.05 menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan.
- c. *Anti Image Matrices*, untuk memprediksikan apakah suatu variabel memiliki kesamaan dengan variabel lain. Memperhatikan nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) pada diagonal *anti image correlation*. Nilai MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1 kriteria:
- Nilai MSA = 1, menandakan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa Kesalahan oleh variabel lain.
 - Nilai MSA ≥ 0.50 menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi Dan dapat dianalisis lebih lanjut.
 - Nilai MSA < 0.50 menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis Lebih lanjut. Perlu dikatakan pengulangan perhitungan analisis faktor Dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai MSA < 0.50 .
 - *Factor Loading* atau hasil komponen matriks memiliki nilai > 0.50 Menurut Ghozali (2013).
- d. *Factor Loading of Component Matrix*, merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruksi setiap variabel.

Kriteria validitas suatu indikator itu dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki faktor loading sebesar 0.50.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika jawaban responden terhadap pertanyaan atau indikator acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan beberapa cara yakni, dengan melakukan *test-retest reliability*, *alternative-forms reliability*, dan *internal consistency reliability* menurut Maholtra (2012).

Peneliti melakukan pengukuran reliabilitas terhadap kuesioner penelitian ini dengan metode one shot atau pengukuran sekali saja, disini pengukurannya hanya sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach's alpha* dimana suatu variabel dikatakan handal apabila memberikan nilai *Cronbach's alpha* > 0,70 menurut Ghozali (2013).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2013), uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen) dimana hasil model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance

inflation factor (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013) uji heteroskedastisitas adalah suatu situasi dalam model regresi yang terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Suatu model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas melihat grafik plot. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2.3 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat histogram dari residualnya. Menurut Ghozali (2013) jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.6.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu

berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena “gangguan” pada seseorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi gangguan pada individu / kelompok yang sama pada periode berikutnya Ghozali (2013).

3.6.3 Uji Model

3.6.3.1 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2013) koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *independent*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel - variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependent*.

3.6.3.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2013) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol atau :

$H_0 : b_i = 0$, artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau

$H_A : b_i \neq 0$, artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.3.3 Analisis Regresi Berganda

Regresi adalah metode statistik untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas. Analisis regresi sederhana merupakan analisis yang berguna untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat Ghozali (2013).

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil yang diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan Ghozali (2013).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh *Intrinsic Reward* dan *Motivation* terhadap *Employee Performance*.

Analisis regresi sederhana untuk H_1 , yaitu $Y = a + bX + e$

Dimana :

$$Y = Motivation$$

$X = \textit{Intrinsic Reward}$

$a = \text{Nilai } Y \text{ bila } X = 0 \text{ (konstanta)}$

$b = \text{Angka arah koefisien regresi}$

$e = \textit{error}$

Analisis regresi sederhana untuk H2, yaitu $Y = a + bX + e$

Dimana :

$Y = \textit{Employee Performance}$

$X = \textit{Motivation}$

$a = \text{Nilai } Y \text{ bila } X = 0 \text{ (konstanta)}$

$b = \text{Angka arah koefisien regresi}$

$e = \textit{error}$

3.7 Teknik Analisis

Dalam melakukan proses analisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS versi 22.0 yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows.

3.8 Definisi Operasionalisasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terbagi atas dua yaitu variabel bebas adalah *intrinsic reward* (X1) dan *motivation* (Y) dan variabel terikat adalah *employee performance* (Z).

3.8.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/ terikat Ghozali (2013).

3.8.1.1 *Intrinsic Reward* (X_1)

Reward menurut Searle (1990) dalam Edirisooriya (2014) dapat dikategorikan menjadi dua yaitu *intrinsic reward* dan *extrinsic reward*. *Intrinsic reward* menurut Stoner dan Freeman (1992) dalam Edirisooriya (2014) adalah psikologikal *reward* yang dirasakan secara langsung pengalamannya oleh karyawan.

Menurut Kinicki dan Williams (2009) *intrinsic reward* adalah berupa kepuasan yang didapat atas pekerjaan yang sudah dilakukan. *Intrinsic reward* meliputi rasa puas dan prestasi yang telah dicapai dari diri sendiri.

Indikator pengukurannya untuk variabel ini adalah *recognition*, *career advancement*, *responsibility* dan *learning opportunity*.

Variabel *intrinsic reward* dalam model penelitian merupakan variabel independen yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen *motivation*.

3.8.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Ghozali (2013).

3.8.2.1 Motivation (Y)

Motivasi dibagi menjadi dua yaitu *intrinsic motivation* dan *extrinsic motivation*, menurut buku yang ditulis oleh Kreitner dan Kinicki (2008) *extrinsic reward* adalah motivasi yang disebabkan karena keinginan untuk mencapai hasil yang spesifik. *Intrinsic reward* adalah *self-granted* dan penghargaan secara mental atau psikis.

Dari buku yang ditulis Robbin dan Judge (2013) *motivation* adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan usaha individu untuk mencapai tujuan.

Variabel *motivation* sebagai variabel dependen dalam hipotesis variabel *intrinsic reward* sebagai variabel independen. Namun variabel *motivation* juga menjadi variabel independen ketika model penelitian, *motivation* memiliki pengaruh terhadap variabel *employee performance*.

3.8.2.2 Employee Performance (Z)

Menurut Rizwan *et al.*, (2014) *employee performance* menjelaskan tentang apa yang harus dilakukan dan tidak dilakukan oleh karyawannya. *Employee*

performance memerlukan kualitas dan kuantitas dari hasil, kehadiran ditempat kerja, akomodatif dan ketepatan waktu.

Menurut Byars dan Rue (2008), *employee performance* adalah dampak upaya dari kemampuan, status, dan persepsi. Bisa dijelaskan bahwa *employee performance* itu adalah hasil dari ketiga hal yang dimiliki oleh karyawan.

Variabel *employee performance* dalam hipotesis ini, menjadi variabel dependen yang mempunyai pengaruh terhadap variabel bebas *motivation*.



UMN