

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang bisnis *truck* otomotif dan berkantor di jalan Danau Sunter Selatan Blok O No 5 Sunter II, Jakarta Utara. PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation memiliki 11 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia yakni Sunter, Bekasi, Bandung, Semarang, Surabaya Romokalisari, Surabaya Waru, Palembang, Balikpapan, Banjarmasin, Samarinda, dan Makassar

PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation didirikan 16 Februari 1984 dengan nama PT United Imer Motors. Pada tanggal 18 April 1996 PT Astra International, Marubeni Corp. Japan dan Nissan Diesel Motor Co. Ltd melakukan investasi terhadap PT United Imer Motors dan namanya pun berubah menjadi PT Astra Nissan Diesel Indonesia.

Pada tahun 2007, Volvo Group mengakuisisi Nissan Diesel Motor Co. dan dengan disepakatinya kemitraan strategis baru antara Nissan Diesel Motor Co. dari Jepang dan Volvo AB dari Swedia, maka merek Nissan Diesel pun berganti nama menjadi UD Trucks. Inisial UD merupakan singkatan dari *Ultimate Dependability* dan inisial tersebut merupakan nama dari salah satu mesin diesel Nissan.

Sejalan dengan bergantinya merek Nissan Diesel menjadi UD Trucks maka sejak Oktober 2010 PT Astra Nissan Diesel Indonesia berganti nama menjadi PT Astra Multi Trucks Indonesia dan NDSO berganti nama menjadi UD Trucks Sales Operation pada Januari 2011.

3.1.1 Visi dan Misi PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation

Visi : Menyediakan solusi transportasi yang berkesinambungan kepada pelanggan dengan membangun budaya pelayanan dan Inovasi, mengembangkan karyawan yang passionate, dependable, dan professional, membangun sistem dan infrastruktur yang unggul dan esensial.

Misi : Menjadi mitra bisnis utama pada bisnis truk di Indonesia melalui sumber daya manusia dan pelayanan yang unggul.

3.1.2 Core Value PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation

a. Trustworthy

Dapat dipercaya dengan menaati peraturan dan nilai yang ada, jujur serta tulus dalam berperilaku dan senantiasa meningkatkan keterampilan dalam bekerja.

b. Customer Orientation

Berusaha menghadirkan pelayanan yang memuaskan melalui kepedulian akan kebutuhan pelanggan, memberikan keputusan yang tepat dan bermanfaat, serta ketuntasan dalam menyelesaikan pekerjaan.

c. Synergy

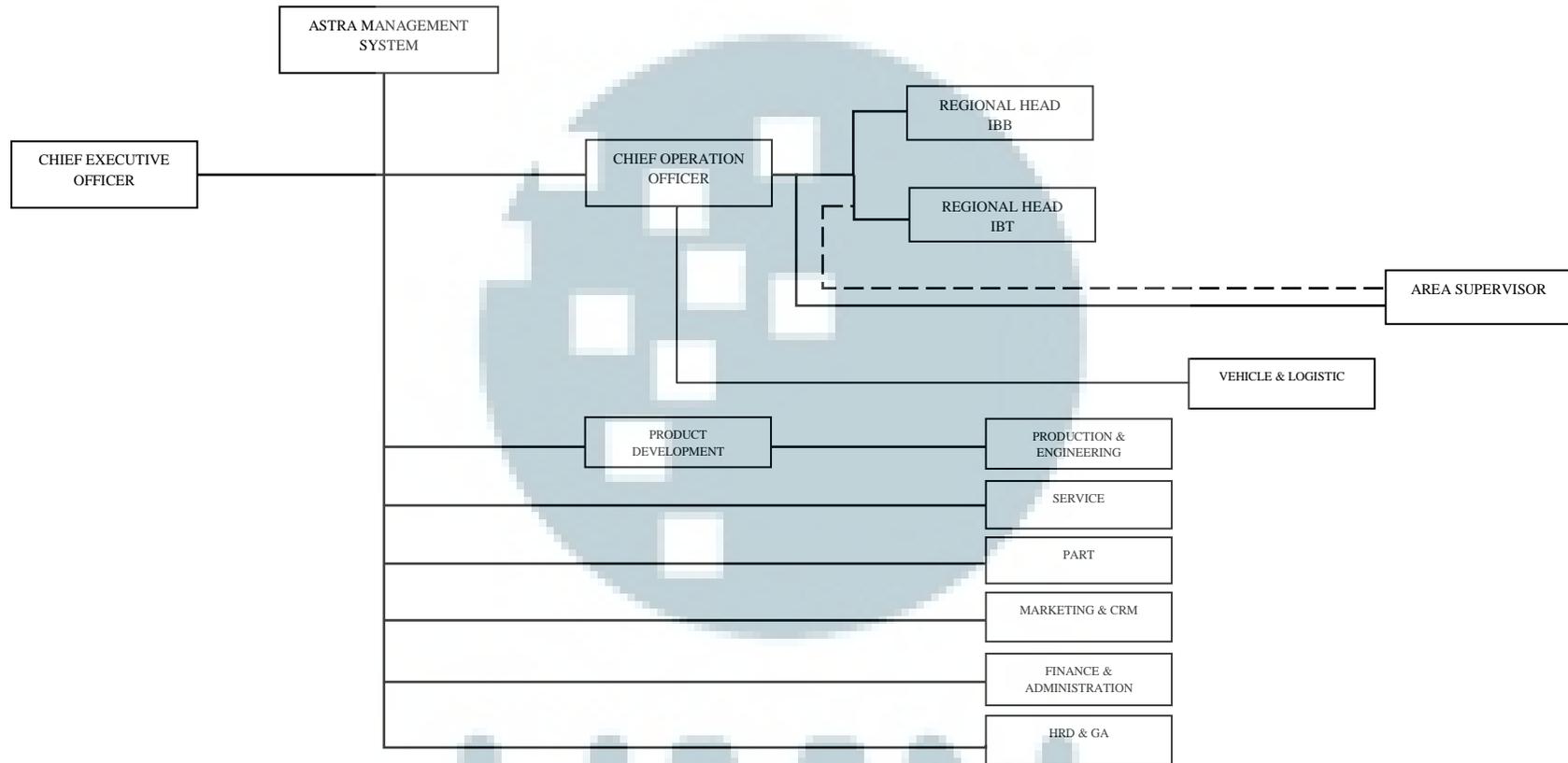
Menciptakan hasil kerja yang maksimal dengan semangat saling memahami, menghargai, dan keterbukaan yang positif guna mencapai tujuan bersama.

d. Continuous Improvement

Usaha-usaha berkelanjutan yang dilakukan untuk mengembangkan dan memperbaiki produk, pelayanan, ataupun proses.

UMMN

3.1.3 Struktur Organisasi PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation



Sumber : Data perusahaan

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi tempat penulis melakukan penelitian adalah di Jalan Danau Sunter Selatan Blok O/5 Sunter II – Jakarta Utara. Telp. (021) 6508008, Fax (021) 6508005.

3.3 Desain Penelitian

Menurut Zikmund *et al* (2013) terdapat 3 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 (Zikmund, *et al.*, 2013). 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 merupakan 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.

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1 Populasi dan Sampel

3.4.1.1 Populasi

Populasi adalah semua orang yang ada pada karakteristik yang sama (Zikmund et al., 2013). Pada penelitian ini, yang menjadi target populasi adalah karyawan di PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation.

3.4.1.2 Sampel Size

Menurut Zikmund *et al* (2013) sampel adalah sekelompok individu dari populasi. Berdasarkan definisi tersebut, yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah karyawan di PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation.

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 dapat digambarkan dengan baik. Pada penelitian ini, yang menjadi *sampling frame* adalah karyawan di PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation.

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini, peneliti perlu mengetahui jumlah populasi dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 63 orang karyawan. Menurut Hair *et al* (2010) penentuan banyaknya jumlah *item* pertanyaan yang digunakan pada kuesioner tersebut, dimana mengasumsikan $n \times 5$ observasi sampai dengan $n \times 10$ observasi.

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel yang terdiri dari *organizational culture*, *organizational learning*, dan *worker involvement*. Penulis menggunakan $n \times 5$ dengan 15 item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 15 item pertanyaan dikali 5 sama dengan 75 responden. Namun, dalam penelitian ini responden yang didapatkan sebanyak 63 responden. Hal tersebut disebabkan oleh responden dalam objek penelitian ini adalah *head office* PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation yang hanya memiliki 63 responden.

3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam teknik mengambil sampel ada dua teknik yang dikenal yaitu *non-probability sampling* dan *probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana unit sampel yang dipilih berdasarkan penilaian pribadi atau kenyamanan; probabilitas dari setiap anggota tertentu dari populasi yang dipilih tidak diketahui (Zikmund, *et al.*, 2013). Sedangkan *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi telah diketahui, probabilitas nol seleksi (Zikmund, *et al.*, 2013).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*, yaitu *convenience sampling*. Menurut Zikmund *et al* (2013) *convenience sampling* adalah prosedur sampling untuk memperoleh individu atau unit yang mudah didapatkan.

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses memperoleh data dari sebuah perusahaan atau objek penelitian yang diteliti, ada dua cara yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yaitu *primary data* dan *secondary data*.

1. Data Primer (*Primary Data*)

Menurut Malhotra (2009) data primer adalah informasi yang diperoleh dari tangan pertama atau diperoleh secara langsung oleh peneliti pada sumber yang dituju dengan tujuan khusus penelitian. *Primary data* yang peneliti peroleh mengenai PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation berasal dari hasil wawancara dengan kepala *Human Resources Department* dan kuesioner.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Menurut Zikmund et al. (2013) data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain. *Secondary data* yang peneliti peroleh mengenai PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation berasal dari beberapa sumber seperti jurnal internasional, *PortalHR*, *website* dan publikasi perusahaan yang mendukung penelitian ini.

3.4.4 Periode Penelitian

Periode pengisian kuesioner untuk *pretest* dilakukan pada tanggal 28 April 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 di PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation

sebanyak 30 orang. Sedangkan periode pengisian kuesioner untuk *maintest* dilakukan pada tanggal 08 Juni 2016. *Maintest* ini dilakukan untuk menguji multikolonieritas, normalitas, heteroskesastisitas, koefisien determinasi, regresi, dan signifikan parameter individual dari variable yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini. jumlah responden pada *maintest* ini adalah karyawan di PT Astra International Tbk. – UD Trucks Sales Operation sebanyak 60 orang.

3.5 Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variables*) (X)

Menurut Sugiyono (2009) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah *organizational culture* (X).

3.5.1.1 *Organizational Culture* (X)

Menurut Kreitner (2008) *organizational culture* adalah set bersama, diambil-untuk-diberikan asumsi implisit bahwa kelompok memegang dan yang menentukan bagaimana memandang, berpikir tentang, dan bereaksi terhadap berbagai lingkungan.

Menurut Rousseau (1990, dalam Jerome, 2013) *organizational culture* terdiri dari sekumpulan kepercayaan, nilai, asumsi, dan pengalaman yang didapatkan melalui pembelajaran, soseialisasi, dan sharing oleh anggota unit social seperti orang – orang dalam organisasi.

Sementara itu, menurut Robbins dan Judge (2013) *organizational culture* adalah sistem makna bersama yang dianut oleh anggota yang membedakan organisasi dari organisasi lain.

Dalam literature lain, menurut Schein (1990, dalam Shazad, 2013) *organizational culture* adalah nilai umum dan perilaku orang – orang yang dianggap sebagai alat mengarahkan pencapaian keberhasilan dari tujuan organisasi.

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variables*) (Y)

Menurut Sugiyono (2009) variabel terikat merupakan variabel yang levelnya tergantung dari level variabel sebelumnya. Variabel terikat pada penelitian ini adalah *organizational learning* (Y1) dan *worker involvement* (Y2).

3.5.2.1 *Organizational Learning* (Y1)

Menurut Schermerhorn et al (2011) mengatakan bahwa *organizational learning* adalah sebuah proses dalam memperoleh pengetahuan dan menggunakan informasi untuk beradaptasi dengan keadaan yang berubah.

Sementara itu menurut Gibson et al (2009) *organizational learning* adalah merupakan organisasi dimana orang terus-menerus memperluas kapasitas mereka untuk menciptakan hasil yang benar-benar mereka inginkan, dimana pola baru dan ekspansi pemikiran diasuh, dimana aspirasi kolektif dibebaskan, dan dimana orang terus-menerus belajar melihat bersama-sama secara menyeluruh.

Dalam literature lain, menurut Fiol dan Lyles (1985, dalam Argote, 2013) *organizational learning* merupakan perubahan dalam pengetahuan organisasi yang terjadi sebagai fungsi dari pengalaman.

Sementara itu, dijelaskan pula menurut Lopez et al (2005) *organizational learning* adalah proses dinamis penciptaan, akuisisi dan integrasi pengetahuan yang bertujuan untuk pengembangan sumber daya dan kemampuan yang berkontribusi terhadap kinerja organisasi yang lebih baik

3.5.2.2 Worker Involvement (Y2)

Menurut Robbins dan Judge (2013) *employee involvement* adalah proses partisipatif yang melibatkan karyawan untuk meningkatkan komitmen mereka untuk keberhasilan organisasi.

Sementara itu menurut Robbins dan Mary (2005) *employee involvement* merupakan sejauh mana seorang karyawan mengidentifikasi pekerjaannya dan berpartisipasi secara aktif di dalamnya, serta menganggap penting kinerja pekerjaannya untuk dirinya sendiri.

Sedangkan menurut Kanungo (1982, dalam Bozionelos, 2004) *worker involvement* merupakan sejauh mana seorang individu tertarik untuk mengenali dan sibuk dengan pekerjaannya dibandingkan dengan aspek – aspek lain dari kehidupannya.

Dalam literature lain, Sofijanova dan Chatleska (2013) mengatakan bahwa *employee involvement* merupakan proses partisipasi dan pemberdayaan karyawan

untuk menggunakan ide mereka terhadap pencapaian kinerja individu dan organisasi yang lebih tinggi.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Zikmund *et al* (2013) uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu measurement secara akurat mewakili suatu konsep. Dengan kata lain uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya 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 pernyataan dalam kuesioner yang sudah kita buat benar-benar mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2011).

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 diukur dan benar-benar mewakili konsep yang diinginkan (Zikmund *et al*, 2013).

Menurut Malhotra (2012) construct validity terdiri dari beberapa komponen, yakni:

- 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 Malhotra (2012) sebagai berikut:

- ***Kaiser Meyer – Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy***, merupakan sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis. Jika nilai $KMO \geq 0.5$ mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai, sedangkan nilai $KMO \leq 0.5$ mengindikasikan analisis faktor tidak memadai (Ghozali, 2013).
- ***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 matriks korelasi adalah matriks identitas, yang 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.

- **Anti Image Matrices**, untuk memprediksi 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 dengan kriteria:

- Nilai $MSA = 1$, menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi oleh variabel lain.
- Nilai $MSA \geq 0.50$, 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 > 0.5 (Ghozali, 2013).

- **Factor Loading of Component Matrix**, merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan factor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruksi setiap variabel. kriteria validitas suatu indikator itu dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki *factor loading* sebesar 0.50.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa konsisten hasil pengukuran sebuah alat ukur (measurement) ketika akan digunakan berkali-kali (Malhotra, 2012). Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika jawaban responden terhadap pertanyaan indikator acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel (Ghozali, 2013).

Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach's alpha* dimana suatu variabel dikatakan handal apabila memberikan nilai *Cronbach's alpha* > 0.60 .

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi atau tidak ditemukan multikolonieritas antar variabel *independent*. Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (*VIF*). Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan *VIF* ≥ 10 (Ghozali, 2016).

3.7.2 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.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam buku Aplikasi Analisis Multivariate (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.

3.8 Uji Model

3.8.1 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*.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Analisis Regresi Sederhana

Menurut Ghozali (2013) regresi adalah metode statistik untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas. Sedangkan regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Persamaan regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y_1 = a + bX + e$$

$$Y_2 = a + bX + e$$

Keterangan

Y_1 = *Organizational Learning*

Y_2 = *Worker Involvement*

X = *Organizational Culture*

A = Konstanta

B = Koefisien Garis Regresi

E = Error

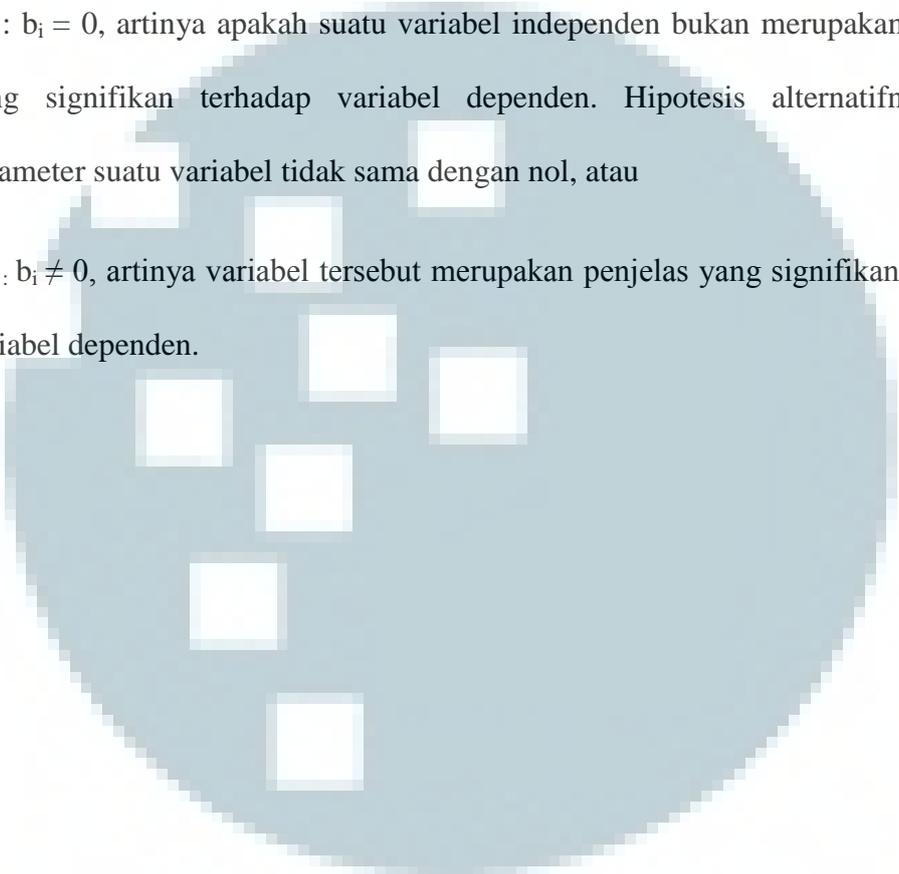
3.9.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

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.



UMMN

3.10 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Measurement	Kode Measurement	Scaling Technique	Referensi
1.	<i>Organizational Culture (X)</i>	<i>organizational culture</i> terdiri dari sekumpulan kepercayaan, nilai, asumsi, dan pengalaman yang didapatkan melalui pembelajaran, sosialisasi, dan sharing oleh anggota unit social seperti orang – orang dalam organisasi (Rousseau, 1990; Jerome, 2013)	<p>1. Pekerjaan saya di perusahaan mengharuskan saya memiliki berbagai keterampilan.</p> <p>2. Menurut saya, manajemen perusahaan melakukan komunikasi yang baik dengan para karyawan</p> <p>3. Saya memiliki kepercayaan terhadap Top Manajemen.</p> <p>4. Kreativitas didorong secara aktif dalam perusahaan.</p> <p>5. Saya diberi kebebasan dalam menyampaikan pendapat.</p>	<p>OC1</p> <p>OC2</p> <p>OC3</p> <p>OC4</p> <p>OC5</p>	Likert Scale 1-5	Carmeli, Abraham (2005)

	Variabel Penelitian	Definisi	Measurement	Kode Measurement	Scaling Technique	Referensi
2.	<i>Organizational Learning (Y1)</i>	<i>organizational learning</i> adalah merupakan organisasi dimana orang terus-menerus memperluas kapasitas mereka untuk menciptakan hasil yang benar-benar mereka inginkan, dimana pola baru dan ekspansi pemikiran diasuh, dimana aspirasi kolektif dibebaskan, dan dimana orang terus-menerus belajar melihat bersama-sama secara menyeluruh (Gibson <i>et al.</i> , 2009)	<p>1. Saya dihargai untuk saling membantu dalam belajar.</p> <p>2. Saya diakui untuk membantu mencari solusi dalam pemecahan masalah.</p> <p>3. Anggota tim didorong untuk berbagi hasil pembelajaran dengan yang lain.</p> <p>4. Saya memiliki kepedulian untuk bertukar informasi.</p> <p>5. Saya memiliki akses informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan terkait dengan pekerjaan.</p>	<p>OL1</p> <p>OL2</p> <p>OL3</p> <p>OL4</p> <p>OL5</p>	Likert Scale 1-5	Nafukho, Fredrick M., Graham, Carroll M., dan Muyia, Machuma H.

	Variabel Penelitian	Definisi	Measurement	Skala Pengukuran	Scaling Technique	Referensi
3.	<i>Worker Involvement (Y2)</i>	Proses partisipasi dan pemberdayaan karyawan untuk menggunakan ide mereka terhadap pencapaian kinerja individu dan organisasi yang lebih tinggi. (Sofijanova dan Chatleska, 2013)	<p>1. Menurut saya, pihak manajemen memiliki keterbukaan dalam berbagi strategi yang sedang berlangsung kepada karyawan.</p> <p>2. Menurut saya, pihak manajemen menyampaikan strategi yang sedang berlangsung kepada karyawan.</p> <p>3. Menurut saya, pihak manajemen memberikan pelatihan formal kepada karyawan mengenai strategi yang sedang berlangsung.</p> <p>4. Karyawan informal di perusahaan diberi kebebasan dalam memberikan saran.</p> <p>5. Saya dapat memberi saran secara formal kepada perusahaan</p>	<p>WI1</p> <p>WI2</p> <p>WI3</p> <p>WI4</p> <p>WI5</p>	Likert Scale 1-5	Longoni, Annachiara dan Cagliano, Raffaella (2015)